

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek dan Lokasi Penelitian

Obyek yang akan diteliti adalah konsumen/pelanggan pemakai jasa *AMOR Wedding and Event Organizer*. Peneliti memilih obyeknya adalah konsumen/pelanggan pemakai jasa *AMOR Wedding and Event Organizer*. karena ingin mengetahui alasan mereka untuk tetap memilih pemakai jasa *AMOR Wedding and Event Organizer* sebagai EO dalam menyelenggarakan *event* keluarga ataupun pribadi.

#### 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

##### 3.2.1 Populasi

Populasi menurut Winarsunu (2009), adalah seluruh individu yang dimaksudkan untuk diteliti dan nantinya akan dikenai generalisasi. Pada penelitian ini yang di jadikan populasi adalah konsumen *Amor Wedding and Event Organizer* yang menggunakan jasa pada acara *wedding*

##### 3.2.2 Sampel

Sampel yang baik (biasa disebut sampel yang mewakili atau *representative*) adalah sampel yang anggota-anggotanya mencerminkan sifat dan ciri-ciri yang terdapat pada populasi. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling purposive*. *Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Jumlah *sampling* yang di

ambil adalah sebanyak 30 responden dengan kriteria sampel adalah konsumen yang menggunakan jasa di tahun 2016-2017.

### 3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber yang merupakan bahan dari penelitian yaitu dengan pengisian identitas responden pada kuesioner, pertanyaan mengenai layanan *AMOR Wedding and Event Organizer* yang meliputi : *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keterandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati).

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Data primer dari penelitian ini didapat dari penyebaran kuesioner ke 30 konsumen/pelanggan *AMOR Wedding and Event Organizer*. Menurut Sugiyono (2014) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Teknik pengumpulan data kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan responden beberapa pertanyaan sesuai dengan variable yang diteliti dan dijawab oleh responden dengan menandai kolom jawaban yang sesuai dengan pilihan konsumen.

### 3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### 3.5.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur layak atau sah untuk mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas pada ketiga skala ini menggunakan *content validity* (validitas isi) yaitu validitas yang diperhitungkan melalui pengujian isi alat ukur dengan analisis rasional. Validitas isi suatu instrument berkaitan dengan kesesuaian antara karakteristik dari variabel yang dirumuskan pada definisi konseptual dan operasional. Apabila semua karakteristik variabel yang dirumuskan pada definisi konseptualnya dapat diungkap melalui butir-butir suatu instrument, maka instrument itu dinyatakan memiliki validitas isi yang baik. Adapun suatu alat ukur dikatakan **valid** pada penelitian ini apabila nilai korelasi ( $r_{xy}$ )  $\geq r_{t5\%} = 0,361$ .

##### 3.5.1.1 Uji validitas dimensi *tangible*

Pada dimensi *tangible* ini, dari lima pernyataan yang ada semuanya dinyatakan **valid**. Adapun kisaran validitasnya antara 0,372 - 0,719. Uji validitas dimensi *tangible* dapat dilihat pada tabel 3.1.

Tabel 3.1 Uji validitas dimensi *tangible*

Dimensi	Corrected Item-Total Correlation ( $r_{xy}$ )	$r_t$	Keterangan
T1	0,429	0,361	Valid
T2	0,719	0,361	Valid
T3	0,372	0,361	Valid
T4	0,664	0,361	Valid
T5	0,653	0,361	Valid

### 3.5.1.2 Uji validitas dimensi *reliability*

Pada dimensi *reliability* ini, dari empat pernyataan yang ada semuanya dinyatakan **valid**. Adapun kisaran validitasnya antara 0,525 - 0,771. Uji validitas dimensi *reliability* dapat dilihat pada tabel 3.2.

**Tabel 3.2 Uji validitas dimensi *reliability***

Dimensi	Corrected Item-Total Correlation ( $r_{xy}$ )	$r_t$	Keterangan
Re1	0,771	0,361	Valid
Re2	0,686	0,361	Valid
Re3	0,525	0,361	Valid
Re4	0,646	0,361	Valid

### 3.5.1.3 Uji validitas dimensi *responsiveness*

Pada dimensi *responsiveness* ini terlihat dari empat pernyataan yang ada semuanya dinyatakan **valid**. Adapun kisaran validitasnya antara 0,662 – 0,718. Uji validitas dimensi *responsiveness* dapat dilihat dari tabel 3.3.

**Tabel 3.3 Uji validitas dimensi *responsiveness***

Dimensi	Corrected Item-Total Correlation ( $r_{xy}$ )	$r_t$	Keterangan
RS1	0,662	0,361	Valid
RS2	0,715	0,361	Valid
RS3	0,715	0,361	Valid
RS4	0,718	0,361	Valid

### 3.5.1.4 Uji validitas dimensi assurance

Pada dimensi *assurance* ini terlihat dari tiga pernyataan yang ada semuanya dinyatakan **valid**. Adapun kisaran validitasnya antara 0,758 – 0,806. Uji validitas dimensi responsiveness dapat dilihat dari tabel 3.4.

Tabel 3.4 Uji validitas dimensi assurance

Dimensi	Corrected Item-Total Correlation ( $r_{xy}$ )	$r_t$	Keterangan
A1	0,758	0,361	Valid
A2	0,806	0,361	Valid
A3	0,806	0,361	Valid

### 3.5.1.5 Uji validitas dimensi empathy

Pada dimensi *emphaty* ini terlihat dari tiga pernyataan yang ada semuanya dinyatakan **valid**. Adapun kisaran validitasnya antara 0,870 – 0,923. Uji validitas dimensi responsiveness dapat dilihat dari tabel 3.5.

Tabel 3.5 Uji validitas dimensi empathy

Dimensi	Corrected Item-Total Correlation ( $r_{xy}$ )	$r_t$	Keterangan
E1	0,870	0,361	Valid
E2	0,923	0,361	Valid
E3	0,923	0,361	Valid

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Azwar (2010) reliabilitas mengacu pada konsistensi atau keterpercayaan hasil ukur, yang mengandung makna kecermatan pengukuran. Reliabilitas dinyatakan dengan koefisien reliabilitas yang angkanya berada dalam rentang 0 sampai dengan 1,00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitas. Sebaliknya, koefisien reliabilitas yang semakin rendah mendekati 0 berarti semakin rendah reliabilitasnya. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan formula *Alpha Cronbach*.

Adapun uji reliabilitas pada instrumen kualitas pelayanan AMOR ini dilihat dari lima dimensi diantaranya dimensi *tangible*, dimensi *reliability*, dimensi *responsiveness*, dimensi *assurance* dan dimensi *emphaty*. Uji reliabilitas kualitas pelayanan AMOR dapat dilihat pada tabel 3.6

**Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan AMOR**

<b>Dimensi</b>	<b>Nilai Reliabilitas</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Tangible</i>	0,775	Reliabel
<i>Reliability</i>	0,823	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0,852	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,893	Reliabel
<i>Emphaty</i>	0,962	Reliabel

### 3.6 Skala Pengukuran

Berdasarkan pendekatan ini, konsumen diminta memberikan penilaian atas masing-masing indikator jasa yaitu dengan cara memberikan rating dari 1 (Sangat Setuju) sampai 5 (Sangat Tidak Setuju). Adapun skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala Likert. Adapun rentang skor jawaban yang diberikan pada skala Likert dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 3.7 Skor Jawaban**

Pilihan jawaban	SKOR
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif. Menurut Winarsunu (2009), statistik deskriptif adalah bagian dari statistik yang membahas mengenai penyusunan data ke dalam daftar, grafik atau bentuk lain yang sama sekali tidak menyangkut penarikan kesimpulan.

Analisis data dilihat dari jawaban responden yang telah mengisi kuesioner. Setelah itu tahap selanjutnya adalah mengelompokkan jawaban responden ke dalam tabel dan dihitung skor dan frekuensinya. Setelah itu

dihitung rata-rata (*mean*) untuk dijadikan sebuah kesimpulan dari satu pernyataan.

Selain analisis statistik deskriptif, data penelitian yang ada dapat dikelompokkan dengan mengacu pada kriteria kategorisasi di atas. Kategorisasi ini didasarkan pada asumsi bahwa skor populasi terdistribusi normal. Kriteria kategorisasi yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga kategori yaitu baik, cukup dan kurang. Penggolongan mengacu pada data mean hipotetik dan standar deviasi (Azwar, 2009).

Hasil kategorisasi tersebut disajikan sebagai berikut :

a) Dimensi *Tangible*

Hasil analisis deskriptif untuk dimensi *tangible* diperoleh nilai minimum = 5; nilai maksimum 25; mean sebesar 17,3 dan standar deviasi sebesar 2,26;  $\mu = 15$ ;  $\sigma = 3,33$ . Jumlah butir valid pada dimensi *tangible* terdiri dari 5 pertanyaan. Kategorisasi untuk *variable tangible* disajikan pada tabel 3.8

**Tabel 3.8 Kategorisasi Dimensi *Tangible***

No	Pedoman	Skor	Kategori	Frekuensi	Presentase
1.	$X \geq (\mu + 1\sigma)$	$X \geq 18,33$	Baik	7	23,3
2.	$(\mu - 1\sigma) \leq X < (\mu + 1\sigma)$	$11,67 \leq X < 18,33$	Cukup	22	73,3
3.	$X < (\mu - 1\sigma)$	$X < 11,67$	Kurang	1	3,3
Total				<b>30</b>	<b>100</b>

Keterangan:

X = skor subjek

$\mu$  = Rerata (mean) hipotetik

$\sigma$  = Deviasi standar (SD) hipotetik



Pada tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap dimensi *tangible* secara keseluruhan menilai **cukup baik** (22 orang atau 73,3%). Sedangkan sisanya sebanyak 7 orang (23,3%) menilai baik dan hanya 1 orang (3,3%) menilai kurang.

b) Dimensi *Reliability*

Hasil analisis deskriptif untuk dimensi *reliability* diperoleh nilai minimum = 4; nilai maksimum 20; mean sebesar 18,57 dan standar deviasi sebesar 2,05,  $\mu = 12$ ;  $\sigma = 2,67$ . Jumlah butir valid pada dimensi *reliability* terdiri dari 4 pertanyaan. Kategorisasi untuk variable *reliability* disajikan pada tabel 3.9

Tabel 3.9 Kategorisasi Dimensi *Reliability*

No	Pedoman	Skor	Kategori	Frekuensi	Presentase
1.	$X \geq (\mu + 1\sigma)$	$X \geq 17,34$	Baik	27	90
2.	$(\mu - 1\sigma) \leq X < (\mu + 1\sigma)$	$9,33 \leq X < 17,34$	Cukup	3	10
3.	$X < (\mu - 1\sigma)$	$X < 17,34$	Kurang	0	0
Total				30	100

Keterangan:  
 X = skor subjek  
 $\mu$  = Rerata (mean) hipotetik  
 $\sigma$  = Deviasi standar (SD) hipotetik

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap dimensi *reliability* secara keseluruhan menilai **baik** sebanyak 27 orang (90 %) sedangkan sisanya sebanyak 3 orang (10%)

memberikan penilaian cukup baik. Ini menandakan pelayanan Amor secara keseluruhan terjamin kualitasnya.

c) Dimensi *Responsiveness*

Hasil analisis deskriptif untuk dimensi *responsiveness* diperoleh nilai minimum = 4; nilai maksimum 20; mean sebesar 18,53 dan standar deviasi sebesar 1,99,  $\mu = 12$ ;  $\sigma = 2,67$ . Jumlah butir valid pada dimensi *responsiveness* terdiri dari 4 pertanyaan. Kategorisasi untuk variable *responsiveness* disajikan pada tabel 4.0

Tabel 3.10 Kategorisasi Dimensi *Responsiveness*

No	Pedoman	Skor	Kategori	Frekuensi	Presentase
1.	$X \geq (\mu + 1\sigma)$	$X \geq 17,34$	Baik	29	96,67
2.	$(\mu - 1\sigma) \leq X < (\mu + 1\sigma)$	$9,33 \leq X < 17,34$	Cukup	1	3,33
3.	$X < (\mu - 1\sigma)$	$X < 17,34$	Kurang	0	0
Total				30	100

Keterangan:

X = skor subjek

$\mu$  = Rerata (mean) hipotetik

$\sigma$  = Deviasi standar (SD) hipotetik

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap dimensi *responsiveness* secara keseluruhan menilai **baik** sebanyak 29 orang (96,67 %) sedangkan sisanya hanya seorang orang (3,33%) memberikan penilaian cukup baik. Ini menandakan pelayanan Amor secara keseluruhan tanggap terhadap permintaan konsumen.

d) Dimensi *Assurance*

Hasil analisis deskriptif untuk dimensi *assurance* diperoleh nilai minimum = 4; nilai maksimum 15; mean sebesar 13,73 dan standar deviasi sebesar 1,84,  $\mu = 12$ ;  $\sigma = 2,67$ . Jumlah butir valid pada dimensi *responsiveness* terdiri dari 3 pertanyaan. Kategorisasi untuk variable *assurance* disajikan pada tabel 4.2

Tabel 3.11 Kategorisasi Dimensi *Assurance*

No	Pedoman	Skor	Kategori	Frekuensi	Presentase
1.	$X \geq (\mu + 1\sigma)$	$X \geq 11$	Baik	26	86,67
2.	$(\mu - 1\sigma) \leq X < (\mu + 1\sigma)$	$7 \leq X < 11$	Cukup	4	13,33
3.	$X < (\mu - 1\sigma)$	$X < 7$	Kurang	0	0
Total				30	100

Keterangan:

X = skor subjek

$\mu$  = Rerata (mean) hipotetik

$\sigma$  = Deviasi standar (SD) hipotetik

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap dimensi *assurance* secara keseluruhan menilai **baik** sebanyak 26 orang (86,67 %) sedangkan sisanya 4 orang (13,33%) memberikan penilaian cukup baik. Ini menandakan pelayanan Amor secara keseluruhan mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen melalui jaminan pelayanan yang telah diberikan.

e) Dimensi *Emphaty*

Hasil analisis deskriptif untuk dimensi *emphaty* diperoleh nilai minimum = 4; nilai maksimum 15; mean sebesar 12,80 dan standar deviasi sebesar 2,51  $\mu = 12$ ;  $\sigma = 2,67$ . Jumlah butir valid pada dimensi *responsiveness* terdiri dari 3 pertanyaan. Kategorisasi untuk variable *emphaty* disajikan pada tabel 4.3

Tabel 3.12 Kategorisasi Dimensi *Emphaty*

No	Pedoman	Skor	Kategori	Frekuensi	Presentase
1.	$X \geq (\mu + 1\sigma)$	$X \geq 11$	Baik	22	73,33
2.	$(\mu - 1\sigma) \leq X < (\mu + 1\sigma)$	$7 \leq X < 11$	Cukup	8	26,67
3.	$X < (\mu - 1\sigma)$	$X < 7$	Kurang	0	0
Total				30	100

Keterangan:

X = skor subjek

$\mu$  = Rerata (mean) hipotetik

$\sigma$  = Deviasi standar (SD) hipotetik

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap dimensi *emphaty* secara keseluruhan menilai **baik** sebanyak 22 orang (73,33 %) sedangkan sisanya 8 orang (26,67%) memberikan penilaian cukup baik. Ini menandakan pelayanan Amor secara keseluruhan mampu memahami kebutuhan personal dari setiap konsumennya.

## f) Keseluruhan Kualitas Layanan AMOR

Hasil analisis deskriptif keseluruhan dari kualitas layanan AMOR nilai minimum = 19; nilai maksimum 95; mean sebesar 80,73;  $\mu = 57$ ;  $\sigma = 12,67$ . Jumlah butir pada keseluruhan pertanyaan terdiri dari 19 pertanyaan. Kategorisasi untuk variable empathy disajikan pada tabel 4.4

Tabel 3.13 Kategorisasi Total Kualitas Layanan

No	Pedoman	Skor	Kategori	Frekuensi	Presentase
1.	$X \geq (\mu + 1\sigma)$	$X \geq 69,67$	Baik	30	100
2.	$(\mu - 1\sigma) \leq X < (\mu + 1\sigma)$	$44,33 \leq X < 69,67$	Cukup	0	0
3.	$X < (\mu - 1\sigma)$	$X < 44,33$	Kurang	0	0
Total				30	100

Keterangan:

X = skor subjek

$\mu$  = Rerata (mean) hipotetik

$\sigma$  = Deviasi standar (SD) hipotetik

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap keseluruhan kualitas layanan AMOR adalah **baik**. Ini menandakan pelayanan Amor secara keseluruhan dilihat dari semua dimensi yang dimiliki sudah sangat berkualitas.

Dengan menggunakan kategori tersebut maka akan diteliti tiap dimensi dari kualitas pelayanan yang diberikan AMOR terhadap konsumennya. Setelah mengkategorikan per dimensi yang ada, maka selanjutnya akan dikategorikan dari keseluruhan (total) semua dimensi kualitas pelayanan AMOR tersebut dan disimpulkan secara deskriptif.