

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang peneliti ajukan adalah pendekatan kuantitatif. Alasan memilih metode ini karena telah memenuhi kaidah secara ilmiah yaitu, konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Dengan demikian metode kuantitatif dapat diartikan dengan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹ Penelitian ini menggunakan kuesioner, angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol dan mempunyai hasil yang sesuai dengan objek di lapangan.²

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih sehingga akan dapat dihubungkan suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan dan mengontrol suatu gejala.³ Tujuan

¹ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), Hal. 11

² Asep Saepul Handi, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2012). hal. 5

³ *Ibid*, hal. 6

penelitian asosiatif dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas aplikasi, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen AHASS (studi kasus pada konsumen pengguna aplikasi BromPit AHASS Jombang).

B. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut yang digunakan untuk menilai orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴ Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi:

1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini, obyek yang diteliti terdiri dari 3 variabel independen. Yang mana X_1 adalah “Kualitas Aplikasi”, variabel X_2 adalah “Kualitas Layanan”, variabel X_3 adalah “Harga”.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel terikat.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, (Bandung: ALPABETA, 2005), hal. 64

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat. Karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini, obyek yang dipengaruhi adalah “Kepuasan Konsumen” yang disebut dengan variabel Y.

C. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah semua bagian atau anggota dari objek yang akan diamati dan diteliti. Populasi bisa berupa orang, benda, objek, peristiwa atau apapun yang menjadi tujuan kita teliti. Populasi tidak selalu sama dengan penduduk orang yang tinggal di wilayah tersebut.

Langkah awal yang harus ditentukan pertama kali oleh peneliti untuk melakukan survey adalah menentukan siapa populasi dari survei. Dalam penelitian ini diketahui bahwa jumlah konsumen AHASS di Bengkel AHASS wilayah Jombang berjumlah 400.

2. Sampling

Sampling adalah cara yang digunakan untuk mengambil sebuah sampel. “Sebutan untuk sampel yang mengikuti teknik dan jenis sampling yang digunakan.” Sedangkan pengambilan sampel sebagaimana yang dikemukakan Suharsimi Arikunto:

Untuk sekedar ancer-ancer maka subjek kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi,

selanjutnya jika jumlah subjeknya besar dapat diambil 10-15% atau 10-25% atau lebih.⁵

Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik populasi akan menyebabkan suatu penelitian akan menjadi biasa, tidak dapat mewakili populasi yang telah ditetapkan. Teknik sampling adalah teknik yang digunakan untuk mengambil sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah salah satu teknik *purposive sampling*.

Teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel yang sering digunakan dalam penelitian. Secara bahasa, kata *purposive* berarti = sengaja. Jadi, sederhananya *purposive sampling* berarti teknik pengambilan sampel secara sengaja. Maksudnya, peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil karena ada pertimbangan tertentu yang sesuai dengan persyaratan yang peneliti ajukan (sifat-sifat, karakteristik, ciri, kriteria). Jadi sampel tidak diambil secara acak, tapi ditentukan sendiri oleh peneliti dengan persyaratan yang sudah ditentukan agar data yang diteliti menjadi valid.⁶

⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hal. 134

⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, Bandung: ALPABETA, 2005, hal. 64

3. Sampel

Sampel penelitian adalah sebagai bagian dari populasi, sebagai contoh yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu. Suharsimi Arikunto mengatakan bahwa “sampel adalah bagian dari populasi”. Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Berkaitan dengan teknik pengambilan sampel Nasution mengemukakan bahwa ”...mutu penelitian tidak selalu ditentukan oleh besarnya sampel akan tetapi oleh kokohnya dasar-dasar teorinya, oleh desain penelitiannya (asumsi-asumsi statistik) serta mutu pelaksanaan dan pengolahannya. Berkaitan dengan pengambilan sampel, Arikunto mengemukakan bahwa untuk sekedar ancer-ancer maka subjek kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi.

Penelitian ini menentukan jumlah sampel yang akan di ambil, karena jumlah populasi lebih dari 100 orang, maka penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan *cluster sampling*. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari Taro Yamane atau Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi = 400 responden

d² = presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 95%)

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1} = \frac{400}{400 \cdot 0,1^2 + 1} = 80$$

Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 80 responden.

D. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini menggunakan sumber data primer. Sumber data primer pada penelitian ini berupa hasil kuisisioner kepada konsumen pengguna Aplikasi BromPit AHASS di Jombang.

E. Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian yang menggunakan Skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi (tingkatan) dari “sangat positif” sampai “sangat negatif”. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban-jawaban tersebut dapat diberi skor.⁷ Skor dapat diberikan untuk mengetahui tingkatan objek yang diberi nilai, misalnya:

1. SS = Sangat setuju diberi skor 5

⁷ Mushlich Anshori, Sri Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2009), hal. 68

2. S = Setuju diberi skor 4
3. RG = Ragu-ragu diberi skor 3
4. TS = Tidak Setuju diberi skor 2
5. STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1.

F. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner (angket). Metode ini merupakan pengumpulan data dengan memberikan kuesioner kepada konsumen atau responden yang isinya berupa pertanyaan tertulis untuk diisi yang berhubungan dengan objek penelitian yaitu kualitas aplikasi, kualitas layanan, harga dan kepuasan konsumen. Kuisisioner di dapat dari skala terendah; (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, dan (5) sangat setuju.⁸

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data-data penelitian sesuai dengan teknik penelitian data yang telah dipilih. Dengan kata lain, instrumen harus sesuai dengan teknik pengumpulan data yang dipilih, maka instrumen dapat diperoleh berdasarkan ciri khas masing-masing teknik pengumpulan data. Instrumen dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan pada indikator dari variabel terikat, yaitu keuntungan investor dan variabel bebas,

⁸ Syamsul Bahri M. M. *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-Amos*, (Jakarta: Deepublish, 2015). hal. 52

yaitu kualitas aplikasi, kualitas layanan, dan harga yang kemudian dijelaskan dan dihubungkan dengan teori-teori yang telah dijelaskan sebelumnya.

G. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya bila tingkat validitasnya rendah maka instrumen tersebut kurang valid. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur/diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti.⁹ Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner yang dipakai untuk

⁹ Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi Dan Bisnis: Lengkap Dengan Aplikasi SPSS 14*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 348

mengukur valid tidaknya suatu kuesioner yang dipakai untuk mengukur variabel penelitian. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$r = \frac{N\sum XY - (\sum X\sum Y)}{N\sum^2 NY^2 - (\sum Y)^2}$$

r = koefisien korelasi

X = skor butir

Y = skor total butir, dan

N = jumlah sampel (responden)

Untuk menentukan instrumen itu valid atau tidak maka ketentuannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan toleransi ketidaktelitian (α) sebesar 5% maka instrumen tersebut dikatakan valid.
- 2) Jika nilai $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan toleransi ketidaktelitian (α) sebesar 5% maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Mustafa, reliabilitas/keandalan (derajat konsistensi/keajegan) adalah ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrumen dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya reliabilitas menyangkut ketepatan (dalam pengertian konsisten) alat ukur.¹⁰ Uji reliabilitas digunakan untuk membuktikan keandalan kuesioner. Reliabilitas menyangkut masalah ketepatan alat ukur yang dapat dinilai

¹⁰ Mirna Musloman, Bode Lumanaw dkk., *Kualitas Pelayanan Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kentucky Fried Chicken Multimart Ranotana Manado*, Jurnal EMBA, 4 Desember 2014, hal. 593

dengan analisa statistik untuk mengetahui kesalahan ukur. Suatu instrumen dianggap reliabel apabila instrumen tersebut dapat dipercaya sebagai alat ukur data penelitian. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

Rumus Alpha:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\Sigma\sigma^2b}{\sigma^2t} \right)$$

Keterangan:

k = banyaknya item pertanyaan

$\Sigma\sigma^2b$ = jumlah varians butir

σ^2t = varians total

Rumus menghitung varians total butir:

$$\sigma^2b = \sigma^2_1 + \sigma^2_2 + \sigma^2_3$$

Rumus menghitung varians total:

$$\sigma^2t = \frac{\Sigma x^2 - \frac{(\Sigma x)^2}{n}}{n}$$

Kriteria:

- 1) Jika nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan toleransi ketidaktelitian (α) sebesar 5% maka instrumen tersebut dikatakan reliabel.
- 2) Jika nilai $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan toleransi ketidaktelitian (α) sebesar 5% maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji data yang digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut guna menjawab hipotesis penelitian.¹¹ Dalam penelitian ini penulis menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak. Pada uji normalitas penelitian ini, pengujian dilakukan pada variabel kualitas aplikasi (X_1), kualitas layanan (X_2), harga (X_3), dan kepuasan konsumen (Y). Penelitian ini menggunakan *Kolmogrov-Smirnov Goodness of Fit Test* untuk melihat apakah data berdistribusi secara normal atau tidak. Adapun kriteria dalam uji normalitas ini adalah:

- 1) Angka sig. Uji *Kolmogrov-Smirnov* $> 0,05$ maka berdistribusi normal,
- 2) Angka sig. Uji *Kolmogrov-Smirnov* $< 0,05$ maka berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel independen (variabel bebas), jika terjadi korelasi maka terdapat masalah multikolinearitas dalam penelitian

¹¹ Gunawan Adisaputro, *Manajemen Pemasaran: Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2010), hal. 92

tersebut. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas (independen). Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas antar variabel, dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Varians Inflation Factor* (VIF) atau variabel Inflation dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai VIF kurang dari sepuluh maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.¹²

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyanto, uji heteroskedastisitas dilakukan pada suatu keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi.¹³ Uji heteroskedastisitas digunakan jika dalam regresi terjadi error (e_i) atau beberapa nilai X tidak konstan (berubah-ubah). Bisa diketahui melalui gambar grafik mengenai varian yang *error* atau tidaknya antara Y dengan residu Y. Pendeteksian dilakukan dengan menampilkan *scatter plot* dari nilai ZPRED (nilai prediksi sumbu X) dengan SRESID (nilai residu Y). Uji heteroskedastisitas lainnya dapat dilihat dari nilai signifikan korelasi *Rank Spearman* antara variabel independen dengan residualnya, dikatakan signifikan jika $\alpha > 5\%$ dengan kata lain tidak ada heteroskedastisitas, jika sebaliknya maka ada heteroskedastisitas.

¹² Mirna Musloman, Bode Lumanauw dkk., *Kualitas Pelayanan Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kentucky Fried Chicken Multimart Ranotana Manado*, Jurnal EMBA, 4 Desember 2014, hal. 593

¹³ Duwi Priyatno, *Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS Dan Tanya Jawab Ujian Pendarasan*, (Yogyakarta: Gava Media, 2010), hal. 67

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali, analisis regresi linear berganda adalah analisis untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.¹⁴ Regresi berganda merupakan metode analisis yang serbaguna yang dapat digunakan untuk memodelkan efek simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi berganda dapat menyajikan suatu kombinasi dari dua tujuan dasar:

- a. Memprediksi variabel dependen berdasarkan variabel independen
- b. Memahami hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

Dalam penelitian ini persamaan regresi berganda yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = kepuasan konsumen

a = konstanta

b₁ = koefisien regresi kualitas aplikasi

b₂ = koefisien regresi kualitas layanan

b₃ = koefisien regresi harga

X₁ = variabel kualitas aplikasi

¹⁴ Mirna Musloman, Bode Lumanauw dkk., *Kualitas Pelayanan Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kentucky Fried Chicken Multimart Ranotana Manado*, Jurnal EMBA, 4 Desember 2014, hal. 593

X_2 = variabel kualitas layanan

X_3 = variabel harga

Uji regresi linier berganda melakukan dugaan terhadap variabel X apakah berpengaruh terhadap variabel Y. Uji regresi linier berganda memiliki ketentuan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan nilai signifikansi (Sig) dari output Anova
 - 1) Jika nilai Sig, $< 0,05$, maka dipotesis diterima.
 - 2) Jika nilai Sig. $> 0,05$, maka hipotesis ditolak.
- b. Berdasarkan perbandingan nilai F hitung dengan F tabel
 - 1) Jika nilai F hitung $> F$ tabel, maka hipotesis diterima.
 - 2) Jika nilai F hitung $< F$ tabel, maka hipotesis ditolak.¹⁵

4. Uji Hipotesis

Untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini penulis menggunakan uji t dan uji f.

a. Uji Parsial (t)

Menurut Priyanto, uji t digunakan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ jadi H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Namun, jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ jadi H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan

¹⁵ SPSS Indonesia dalam <https://www.spssindonesia.com/2016/08/cara-melakukan-uji-f-simultan-dalam.html> diakses pada 1 Maret 2021 pukul 22.59 WIB.

antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.¹⁶ Prosedur pengujian sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a)

H_{02} : Kualitas aplikasi, kualitas layanan dan harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H_{a2} : Kualitas aplikasi, kualitas layanan dan harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2) Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi menggunakan 0,05

3) Menentukan t_{hitung} dan t_{tabel}

4) Pengambilan keputusan untuk pengaruh kualitas layanan dan harga.

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$ jadi H_0 diterima

$t_{hitung} \geq t_{tabel}$ jadi H_0 ditolak

b. Uji Simultan (f)

Menurut Priyanto, uji f digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.¹⁷ Prosedur pengujiannya sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis alternatif

H_{01} : Kualitas aplikasi, kualitas layanan dan harga secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

¹⁶ Mirna Musloman, Bode Lumanauw dkk., *Kualitas Pelayanan Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kentucky Fried Chicken Multimart Ranotana Manado*, Jurnal EMBA, 4 Desember 2014, hal. 86

¹⁷ Duwi Priyatno, *Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS Dan Tanya Jawab Ujian Pendaran*, (Yogyakarta: Gava Media, 2010), hal. 83-84

H_{a1} : Kualitas aplikasi, kualitas layanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2) Menentukan taraf signifikan

Taraf signifikan menggunakan 0,05

3) Menentukan F_{hitung} dan F_{tabel}

4) Pengambilan keputusan

$F_{hitung} \leq F_{tabel}$ jadi H_0 diterima

$F_{hitung} \geq F_{tabel}$ jadi H_0 ditolak

5. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Priyanto, analisa R^2 (*R Square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian karena analisis yang digunakan adalah analisis linear berganda, maka yang digunakan adalah *Adjusted R Square*.¹⁸

Gambar 3. 1 Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Tabel diatas digunakan untuk memberikan nilai atau menginterpretasi terhadap kuatnya pengaruh variabel yang akan diuji.

¹⁸ *Ibid*, hal. 83

Definisi Konsep dan Operasional Variabel

X1 Kualitas Aplikasi

X1.1 Lengkap dan Relevan

X1.1.1 Informasi yang tersedia dalam Aplikasi BromPit sesuai kebutuhan pengguna

X1.1.2 Informasi yang tersedia dalam Aplikasi BromPit lengkap

X1.1.3 Informasi yang tersedia dalam Aplikasi BromPit bermanfaat bagi pengguna

X1.2 Akurat dan Format

X1.2.1 Informasi yang dihasilkan oleh Aplikasi BromPit akurat tidak menyesatkan pengguna

X1.2.2 Informasi yang tersedia dalam Aplikasi BromPit bebas dari kesalahan-kesalahan

X1.2.3 Format yang disediakan oleh sistem Aplikasi BromPit tidak rumit ketika digunakan

X1.2.4 Format yang tersedia dalam Aplikasi BromPit mudah dipahami oleh pengguna

X1.3 Ketepatan Waktu dan Penggunaan

X1.3.1 Informasi yang disediakan Aplikasi BromPit *up to date* dengan waktu saat diakses oleh pengguna

X1.3.2 Responden sering menggunakan Aplikasi BromPit

X2 Kualitas Layanan

X2.1 Bukti Fisik

- X2.1.1 Mekanik terlatih dan berpengalaman serta memiliki sertifikat resmi
- X2.1.2 Bengkel motor resmi memiliki sertifikat terpercaya dan bekerja berdasarkan SOP (*Standard Operating Procedure*)
- X2.1.3 Bengkel motor resmi memiliki jumlah peralatan yang lengkap sehingga memberikan keuntungan dari segi kualitas layanan
- X2.1.4 Bengkel motor resmi hanya menggunakan *spare part* asli
- X2.1.5 Bengkel motor resmi menyediakan ruang tunggu yang nyaman dan bersih bagi para konsumen
- X2.1.6 Bengkel motor resmi menyediakan makanan dan minuman kecil agar konsumen tidak kelaparan atau kehausan selama menunggu
- X2.1.7 Penampilan mekanik selalu menggunakan seragam AHASS dan bersepatu
- X2.1.8 Penampilan mekanik bersih dan rapi

X2.2 Keandalan dan Ketanggapan

- X2.2.1 Pelayanan yang diberikan mekanik bengkel resmi tepat waktu
- X2.2.2 Pelayanan yang diberikan mekanik bengkel tersedia sesuai jam kerja bengkel
- X2.2.3 Mekanik bengkel cepat dan tepat dalam menerima servis sepeda motor konsumen
- X2.2.4 Mekanik bengkel dapat menerima keluhan dari konsumen
- X2.2.5 Mekanik bengkel menyampaikan informasi yang jelas terkait hasil pelayanan servisnya kepada konsumen

X2.3 Jaminan dan Empati

- X2.3.1 AHASS menjamin ketersediaan suku cadang asli Honda kepada konsumen
- X2.3.2 AHASS menjamin ketersediaan transparansi harga dan jasa kepada konsumen
- X2.3.3 AHASS memberikan jaminan garansi servis kepada konsumen
- X2.3.4 AHASS memberikan jaminan kepuasan kepada konsumen
- X2.3.5 Mekanik bengkel berkomunikasi dengan ramah dalam melayani konsumen
- X2.3.6 Mekanik bengkel tidak serta merta dalam menservis sepeda motor konsumen
- X2.3.7 Mekanik bengkel mudah dihubungi untuk menyampaikan keluhan

X3 Harga

X3.1 Harga Terjangkau

- X3.1.1 Harga yang diberikan AHASS dalam pelayanannya terjangkau oleh konsumen
- X3.1.2 Harga yang diberikan AHASS sesuai dengan kualitas layanan yang dirasakan konsumen

X3.2 Daya Bersaing

- X3.2.1 Harga yang diberikan AHASS lebih rendah dari pesaingnya
- X3.2.2 Harga yang diberikan AHASS sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen dalam setiap pelayanannya

X3.3 Multiplayer Efek Harga

- X3.3.1 Harga yang diberikan AHASS sesuai dengan kemampuan konsumen
- X3.3.2 Harga yang diberikan AHASS dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan layanan jasa *booking service* AHASS

Y Kepuasan Konsumen

Y.1 Kualitas

- Y.1.1 Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan bengkel resmi AHASS
- Y.1.2 Pelayanan AHASS yang diberikan sudah baik

Y.2 Nilai

Y.2.1 Konsumen merasa nyaman dengan pelayanan dari bengkel resmi
AHASS

Y.2.2 Konsumen merasa jasa layanan AHASS bermanfaat

Y.3 Harapan

Y.3.1 Pelayanan bengkel resmi AHASS sesuai dengan ekspektasi
konsumen