

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek dan Subyek Penelitian

1. Obyek penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Swalayan Naraya yang beralamat di Gonjen, Tamantirto, Kasihan, Bantul yang merupakan sebuah usaha ritel.

2. Subyek penelitian

Subyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen swalayan Naraya.

B. Jenis Data

Jenis data penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden berupa jawaban dari pertanyaan dalam kuisisioner. Dalam penelitian ini data primer merupakan data jawaban responden mengenai kualitas pelayanan, lokasi, dan harga.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan metode *non probability sampling*. Jenis metode *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu pemilihan sekelompok subyek yang didasarkan pada karakteristik tertentu. Menurut Abuzar dan Achmad (2015), sampel jenis ini dipilih secara obyektif yaitu suatu cara yang jelas dan tidak meragukan, sehingga jika diikuti oleh setiap pengambilan sampel akan menghasilkan hasil yang sama,

atau setidaknya bersifat sama pada sampelnya. Pada penelitian ini karakteristiknya adalah konsumen Swalayan Naraya adalah yang sudah pernah melakukan pembelian minimal satu kali, dan responden berusia 18-55 tahun dengan alasan usia tersebut mampu memberikan informasi dengan jelas dan dapat melakukan penilaian.

Penelitian ini mengambil 100 sampel karena dalam pengambilan sampel dengan jumlah populasi yang tidak terhingga dan tidak dapat diketahui jumlahnya, dapat diambil 100 responden sebagai sampel (Sugiyono, 2014)

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuisisioner

Menurut Sugiyono (2014), kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan – pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Kuisisioner diukur dengan menggunakan skala Likert, dikemukakan Sugiyono (2014) bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang umum digunakan dalam riset berupa survey. dengan perincian sebagai berikut :

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1
- b. Tidak Setuju (TS) dengan skor 2

- c. Cukup Setuju (CS) dengan skor 3
- d. Setuju (S) dengan skor 4
- e. Sangat Setuju (SS) dengan skor 5

2. Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung kepada obyek yang dituju. Pengamatan ini dilakukan langsung terhadap keadaan pelayanan, harga-harga produk secara umum, dan lokasi di Swalayan Naraya.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi Operasional Variabel memiliki pengertian bahwa variabel-variabel dalam penelitian berupa definisi atribut operasional yang digunakan sebagai spesifikasi dalam menyusun instrumen pertanyaan kuisisioner penelitian berdasarkan indikator operasional variabel penelitian. Penjelasan mengenai spesifikasi dan indikator dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel Independen

Menurut Ferdinand (2011) pengertian variabel independen adalah variabel ini mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun negatif. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen :

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Parasuraman, Zeithmal, dan Berry dalam Adi (2012) menyebutkan kualitas pelayanan yang dijabarkan dengan indikator-indikator sebagai berikut :

- 1) Keandalan (*reliability*),
 - a. Karyawan memberikan kesan pertama yang baik pada konsumen,
 - b. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan, dan
 - c. Prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit.
- 2) Ketanggapan (*responsiveness*)
 - a. Siap dan tanggap untuk menangani respon permintaan konsumen,
 - b. Respon karyawan terhadap saran konsumen, dan
 - c. Karyawan memberikan pelayanan yang cepat.
- 3) Asuransi (*assurance*)
 - a. Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup sehingga dapat menjawab pertanyaan dari konsumen,
 - b. Karyawan berbicara dengan cara yang menyenangkan, dan
 - c. Kesopanan karyawan.

- 4) Empati (*empathy*)
 - a. Karyawan memberi perhatian individu pada konsumen,
 - b. Keramahan karyawan,
 - c. Karyawan mengetahui kebutuhan pelanggan secara spesifik.
- 5) Bentuk fisik (*tangible*)
 - a. Penampilan karyawan,
 - b. Peralatan yang modern, dan
 - c. Tempat parkir yang nyaman.

b. Lokasi (X2)

Lokasi adalah suatu tempat dimana perusahaan melakukan kegiatan fisiknya. Variabel ini merupakan persepsi konsumen tentang lokasi yang dijabarkan dengan indikator-indikator sebagai berikut (Tjiptono, 2010):

1. Akses
2. Visibilitas
3. Lalu lintas
4. Tempat parkir

c. Harga (X3)

Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Variabel ini merupakan

persepsi konsumen akan harga yang dijabarkan dengan indikator – indikator sebagai berikut (Muhtarom, dkk. 2015)

1. Harga promosi
2. Diskon saat event tertentu
3. Diskon pada pembelian banyal
4. Memberikan harga yang menarik dan bersaing

2. Variabel Dependen

Menurut Ferdinand (2011), pengertian variabel dependen adalah pokok permasalahan yang menjadi topik dari suatu penelitian.

Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan sebelum mengkonsumsi atau menggunakan produk tersebut.

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen dengan indikator sebagai berikut (Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono, 2004):

- a. Kesesuaian dengan harapan konsumen
- b. Adanya minat berkunjung kembali
- c. Kesiediaan merekomendasikan.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu tes. Suatu penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang secara *real* terjadi pada objek yang diteliti. Menurut Ghozali (2011), suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Suatu instrumen dikatakan valid jika level signifikansi kurang dari 0,05 atau kurang dari 5% (Sugiyono, 2014).

Uji validasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validasi item, yaitu pengujian terhadap item-itemnya dengan mengukur korelasi setiap item dengan skor total sebagai kriteria validitasnya.

Uji reliabilitas adalah tingkat konsistensi suatu tes. Suatu tes dikatakan reliabel apabila tes dipercaya untuk menghasilkan skor yang relatif tidak berubah walaupun dites kan pada situasi yang berbeda-beda. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur apakah jawaban responden konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Apabila responden konsisten dalam menjawab pertanyaan dalam kuisisioner maka data tersebut dapat dikatakan reliabel. Sebaliknya, jika jawaban responden acak maka dapat dikatakan bahwa data tersebut tidak reliabel. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Alpha Cronbach* jika hasil mendekati angka 1 maka semakin tinggi nilai konsistensi internal reliabilitasnya. Apabila nilai *Alpha Cronbach* $\geq 0,6$ maka reliabilitas diterima. (Sekaran, 2006)

G. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi berganda sederhana dan berganda maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik, uji asumsi klasik tersebut antara lain :

1. Uji Multikolinearitas,

Uji multikolinearitas artinya antara variabel independen memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau=1). Kemungkinan kesalahan cenderung meningkat dengan bertambahnya variabel independen, tingkat signifikan untuk menolak hipotesis nol semakin besar, dan probabilitas menerima hipotesis yang salah juga akan semakin besar.

Menurut Ghozali (2011), untuk mengetahui ada tidaknya problem multikolinearitas antar variabel dapat dilihat dari (1) nilai Tolerance dan lawannya (2) Variabel Inflation Factor (VIF) masing-masing variabel. Jika kurang dari sepuluh dinyatakan tidak terjadi Multikolinearitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji apakah varians variabel dalam model tersebut tidak sama atau konstan yang akan mengakibatkan penaksir (estimator) yang diperoleh tidak efisien baik dalam sampel kecil maupun besar. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Untuk mengetahui gejala Heteroskedastisitas, penelitian ini menggunakan metode Spearman Rank Correlation, apabila hasil menunjukkan lebih dari samadengan 5 % maka tidak ada heteroskedastisitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ sebelumnya. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Menurut Ghozali (2011), ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi yaitu dengan Uji Durbin Watson (DW Test), apabila menunjukkan hasil mendekati 2 maka masih dalam daerah autokorelasi positif.

H. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2011), analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji adanya variabel mediasi antara variabel independen dan dependen. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y' = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y' = Subyek Variabel Terikat (Kepuasan Konsumen)

b = Koefisien arah regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel Y bila bertambah.

X_1 = Kualitas Pelayanan X_2 = Lokasi X_3 = Harga

2. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F adalah uji statistik yang menunjukkan apakah semua variabel *independent* atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependent* atau terikat. Melalui uji F kita akan memperoleh F hitung dan kemudian akan membandingkan dengan F tabel pada taraf nyata (*level of significant*) 5% dimana ketentuan apabila F hitung $>$ F tabel berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Sebaliknya F hitung $<$ F tabel berarti tidak terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama dari Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Ghozali (2011) dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi, yaitu :

- a. Signifikan apabila nilai probabilitas $\leq 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.
- b. Tidak signifikan apabila nilai probabilitas $\geq 0,05$ yang berarti tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

b. Uji T

Uji T adalah pengujian statistik yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau *independent* yaitu kualitas pelayanan, lokasi, atau harga dalam menerangkan variasi variabel *dependent*, (Rahmawati, dkk, 2014). Uji T dilakukan juga untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan, dengan kriteria pengujian adalah :

- 1) Jika tingkat signifikan $T > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan kata lain variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
- 2) Jika tingkat signifikan $T < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan kata lain variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

3. Koefisien Determinasi *Adjust R Square*

Pada linear berganda ini, akan dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya (R^2). Jika (R^2) yang diperoleh mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel.