

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Objek/Subjek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini yaitu Alfamart di Yogyakarta, sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan/konsumen yang mengetahui dan pernah membeli di Alfamart kota Yogyakarta dengan kriteria usia lebih dari >12 tahun sampai 50 tahun.

##### **B. Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden yang dijadikan sampel penelitian. Data primer dalam penelitian ini berupa jawaban responden atas pertanyaan yang terkait dengan variabel-variabel yang diteliti.

##### **C. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2008) *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kriteria-kriteria atau pertimbangan tertentu. Metode *purposive sampling* digunakan karena elemen-elemen yang dipilih menjadi unit sampel dianggap dapat memberi informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. *Purposive Sampling* secara spesifik disebut *judgement sampling* yaitu metode yang sengaja digunakan karena informasi yang diambil berasal dari sumber dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan/konsumen yang

mengetahui dan pernah membeli di Alfamart kota Yogyakarta dengan usia lebih dari > 12 tahun sampai 50 tahun.

Penentuan jumlah sampel ini didasarkan pada pendapat Roscoe yang menyatakan bahwa jumlah sampel lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 pada sebagian besar penelitian dianggap sudah mewakili populasi (Roscoe dalam Sugiyono, 2008). Dalam penelitian ini peneliti mengambil sebanyak 100 responden untuk dijadikan sampel penelitian.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu :

##### **a. Survey**

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode survey menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam hal ini kuesioner disebarikan kepada pelanggan/konsumen yang berbelanja di Alfamart kota Yogyakarta.

Pengukuran jawaban menggunakan skala likert lima poin. Skala likert adalah sebuah pernyataan dimana responden diminta untuk menjawab atau menilai dengan memberikan jawaban setuju atau tidak setuju. Semakin tinggi angka yang digunakan untuk menjawab, maka akan semakin besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Adapun skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

### E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2008).

**Tabel 3.1**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sumber</b>
Kualitas Pelayanan (X1)	Menurut Tjiptono (2011) bahwa kualitas pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.	<p><b>Tangible</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi</li> <li>2. Kebersihan fasilitas fisik</li> <li>3. Kerapian penampilan karyawan</li> </ol> <p><b>Reliability</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyediakan pelayanan dengan baik</li> <li>2. Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan</li> <li>3. Keakuratan penanganan sewaktu melakukan transaksi</li> </ol> <p><b>Responsiveness</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tanggap terhadap keluhan pelanggan</li> <li>2. Kesiediaan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat</li> </ol>	Dwi Aryani dan Febrina Rosinta (2010)

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
		3. Keluangan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat <i>Assurance</i> 1. Kualitas terjamin 2. Keamanan terjamin <i>Emphaty</i> 1. Karyawan bersikap simpatik kepada pelanggan 2. Perhatian yang diberikan karyawan kepada pelanggan 3. Karyawan bersikap ramah dan sopan	
Harga (X2)	Harga adalah bagaimana cara konsumen memandang harga secara mahal, murah, normal dan mempunyai pengaruh yang kuat pada minat pembelian dan kepuasan pembelian (Siffman dan Kanuk 2008).	1. Keterjangkauan harga produk 2. Daya saing harga produk 3. Kesesuaian harga dengan manfaat produk 4. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Stanton W (1994)
Kepuasan Pelanggan (Y1)	Menurut Kotler (2009), Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja suatu jasa dan harapan-harapannya.	1. Karyawan cepat dalam menyelesaikan pekerjaan 2. Karyawan tanggap terhadap keluhan pelanggan 3. Karyawan mampu mengetahui	Dwi Aryani dan Febrina Rosinta (2010)

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
		keinginan dan mendiagnosis hal yang harus dilakukan dengan cepat 4. Karyawan memberikan perhatian individu dengan baik kepada keluhan pelanggan	
Loyalitas Pelanggan (Y2)	Menurut Griffin (dalam Diah Dharmayanti, 2009) berpendapat bahwa pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang sangat puas dengan produk atau jasa tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang dikenal.	1. Pelanggan mengatakan hal-hal positif 2. Memberikan rekomendasi kepada pihak lain 3. Melakukan pembelian ulang 4. Tidak berpindah tempat lain	Dwi Aryani dan Febrina Rosinta (2010)

Keempat variabel tersebut menjadi dasar penyusunan daftar angket dan masing-masing item akan diukur dengan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi responden terhadap sesuatu, misal setuju-tidak setuju, senang-tidak senang, dan baik-tidak baik.

Dalam penelitian ini jawaban responden diberi skor menurut skala likert sebagai berikut :

Skor 5 diberikan untuk jawaban Sangat Setuju (SS)

Skor 4 diberikan untuk jawaban Setuju (S)

Skor 3 diberikan untuk jawaban Netral (N)

Skor 2 diberikan untuk jawaban Tidak Setuju (TS)

Skor 1 diberikan untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

#### **F. Uji Kualitas Instrumen**

Kuesioner atau instrumen pengukur harus memenuhi dua syarat, yaitu valid dan reliabel untuk membuktikannya digunakan beberapa alat uji yaitu:

##### **a. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner atau instrument. Menurut Alni dkk (2014), validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauhmana alat ukur yang kita gunakan mampu mengukur apa yang kita ingin ukur dan bukan untuk mengukur yang lain.

Hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode korelasi *pearson* dengan derajat kesalahan yang ditoleransi  $\alpha = 5\%$ . Bila signifikansi hasil korelasi  $< 0,05$  (5%), maka dinyatakan valid dan

sebaliknya apabila signifikansi hasil korelasi  $> 0,05$  (5%) maka dinyatakan tidak valid (Sekaran, 2011).

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauhmana stabilitas dan konsistensi dari alat pengukuran yang kita gunakan, sehingga memberikan hasil yang relative konsisten jika pengukuran tersebut diulangi (Alni dkk, 2014). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu (Cooper dan Schindler, dalam Syahrani 2008). Indikator pertanyaan dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$  (Sekaran, 2011).

### **G. Analisa Data dan Uji Hipotesis**

#### **a. Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda**

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan metode kuantitatif, menurut Sugiyono (2008) metode kuantitatif sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Alat analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh dua *independent variabel* (X) atau lebih terhadap *dependent variabel* (Y) (Alni dkk, 2014). Analisis regresi linier berganda untuk mempengaruhi ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Untuk pengujian hipotesis, penelitian ini

menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS.

Persamaan analisis regresi linier berganda berdasarkan pada rumus :

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y_2 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

$Y_1$  = Kepuasan Pelanggan

$Y_2$  = Loyalitas Pelanggan

$X_1$  = Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Harga

$\beta_1, \dots, \beta_2$  = Koefisien regresi

$e$  = Error

#### **b. Uji Sobel (*Sobel Test*)**

Menurut Baron dan Kenny (1986) dalam Charismawati (2011) suatu variabel disebut variabel *intervening* jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan uji Sobel (*Sobel test*). Uji Sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Y2) melalui variabel *intervening*(Y1). Pengaruh

tidak langsung X ke Y2 melalui Y1 dihitung dengan cara mengalikan jalur  $X \rightarrow Y1$  (a) dengan jalur  $Y1 \rightarrow Y2$  (b) atau ab. Standard error koefisien a dan b ditulis dengan Sa dan Sb, besarnya standard error pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) Sab dihitung dengan rumus dibawah ini:

$$Sab = \sqrt{Pb^2 \cdot Sa^2 + Pa^2 \cdot Sb^2 + Sb^2 \cdot Sa^2}$$

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka kita perlu menghitung nilai t dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{Sab}$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel yaitu  $> 1,96$  untuk signifikan 5% dan t tabel  $> 1,64$  menunjukkan nilai signifikansi 10%. Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi (Ghozali, 2006).

### c. Uji Signifikasi Parsial (Uji Statistik t)

Uji Statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual (parsial) dalam menerangkan variasi variabel dependen (Sekaran, 2011). Uji statistik t digunakan untuk mengetahui signifikan masing-masing variabel independen. Besarnya tingkat signifikan masing-masing variabel dapat diketahui dengan cara melihat p value pada uji t, apabila p value  $< \alpha$  (0,05) berarti masing-masing variabel independen

berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006 dalam Aprilia 2013).

**d. Uji Koefisien Diterminasi ( $R^2$ )**

Alni dkk (2014) koefisien diterminasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien diterminasi adalah antara nol sampai dengan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.