

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Objek dan Subjek Penelitian**

Menurut (Husein Umar ,2003) objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Dari pengertian tersebut maka objek dalam penelitian ini adalah tempat makan Gudeg Yu Djum Wijilan. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengkonsumsi dan membeli Gudeg Yu Djum Wijilan.

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

Dalam penelitian ini termasuk dalam data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan (skoring). penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2011:7).

Jenis data yang digunakan adalah data primer. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh orang atau organisasi yang menerbitkan atau menggunakannya. (Sugiyono,2011:137).

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

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono,2010:215). Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen Gudeg Yu Djum Wijilan Yogyakarta yang mengkonsumsi produk Gudeg Yu Djum Wijilan.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2010:215). Dalam penelitian ini teknik penentuan sampel yang digunakan adalah dengan *non probability sampling*. Jenis metode *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik sampel dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono,2010:217). Dalam hal ini pertimbangan berdasarkan kriteria yang ditentukan yaitu konsumen yang pernah mengkonsumsi atau membeli Gudeg Yu Djum Wijilan dan konsumen yang berusia 17 tahun ke atas.

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

Dalam upaya memecahkan dan menganalisis permasalahan dalam penelitian ini, maka metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan metode survei biasanya digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang ilmiah biasanya peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data melalui wawancara, test, kuesioner, dan lain sebagainya (Sugiyono, 2011:6). Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (Angket) yang merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Dalam (Ferdinand,2006), ukuran sampel tergantung pada jumlah

indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Dalam penelitian ini digunakan ukuran sampel yaitu dengan mengalihkan jumlah seluruh indikator (14 indikator x 10 = 140). Sehingga dalam penelitian ini kuesioner dibagikan kepada 140 responden secara langsung oleh penulis kepada responden yaitu pelanggan Gudeg Yu Djum Wijilan yang pernah membeli atau mengkonsumsi.

#### **E. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Menurut (Sugiyono ,2011:60) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat seseorang tiap individu, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Definisi Operasional Variabel juga memiliki pengertian 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 :

- a. Variabel Eksogen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat (endogen), baik secara positif maupun negatif, yaitu jika terdapat variabel eksogen, variabel endogen juga hadir dengan setiap unit kenaikan dalam variabel eksogen, dan terdapat pula kenaikan atau penurunan dalam variabel endogen. (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel Eksogen yaitu:

1. Kualitas pelayanan (X1) Menurut (Zeithaml,2009:111), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan

pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan

2. Persepsi Harga (X2) dapat diartikan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang atau jasa lainnya) yang di tukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.(Tjiptono,2009:151).
- b. Variabel intervening adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen (Eksogen) dengan variabel dependen (Endogen) tetapi tidak dapat diamati dan diukur (Sugiyono,2010).Varaibel intervening dalam penelitian ini adalah Kepuasan pelanggan (Y1) merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja (hasil) suatu produk atau jasa dengan harapan yang dimiliki. Kotler dan Keller (2012) dalam Tjiptono (2014:354)
- c. Variabel Endogen adalah variabel yang menjadi perhatian utama bagi peneliti. Variabel endogen ini adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat,karena adanya variabel bebas (Eksogen). (Sugiyono, 2010).Variabel endogen dalam penelitian ini adalah Loyalitas pelanggan (Y2) adalah sikap pelanggan yang mendukung secara lebih kepada sebuah merek yang telah dibandingkan dengan beberapa alternatif yang lain dan berlangganan ulang. (Lupiyoadi,2013).

Rangkuman definisi operasional variabel dan indikatornya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel dan Indikatornya**

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
1.	Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan ) adalah kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Zeithaml,2009:111).	1) <i>Tangibles</i> 2) <i>Reliability</i> 3) <i>Responsiveness</i> 4) <i>Assurance</i> 5) <i>Empathy</i>	(Febri, 2012)
2.	Persepsi Harga	Harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk atau layanan. (Tjiptono,2009:151).	1) Harga yang diberikan sudah terjangkau 2) Harga sesuai dengan fasilitas yang ada 3) Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan	(Febri, 2012)
3.	Kepuasan Pelanggan	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja (hasil) suatu produk atau jasa dengan harapan yang dimiliki. Kotler dan Keller (2012) dalam Tjiptono (2014:354)	1) Terpenuhnya harapan pelanggan 2) Perasaan puas pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan 3) Ketersediaan Pelanggan untuk merekomendasikan kepada pihak lain	(Febri, 2012)
4.	Loyalitas Pelanggan	Loyalitas pelanggan adalah sikap pelanggan yang mendukung secara lebih kepada sebuah merek yang telah dibandingkan dengan beberapa alternatif yang lain dan berlangganan ulang. (Lupiyoadi,2013).	1) Pelanggan akan melakukan pembelian ulang diwaktu mendatang 2) Tertanamnya secara positif layanan dibenak pelanggan 3) Menjadi plihan utama bagi pelanggan	(Febri, 2012)

Rincian tentang variabel-variabel tersebut akan diukur menggunakan Skala pengukuran berupa skala Likert dengan skor 1-5. Skala Likert digunakan untuk

mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penjelasan penetapan skor adalah sebagai berikut :

- 1) Skor 1 mengidentifikasi Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2) Skor 2 mengidentifikasi Tidak Setuju (TS)
- 3) Skor 3 mengidentifikasi Netral (N)
- 4) Skor 4 mengidentifikasi Setuju (S)
- 5) Skor 5 mengidentifikasi Sangat Setuju (SS)

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

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas instrumen diuji dengan menggunakan validitas konvergen dan validitas diskriminan, konstruk dianggap valid jika nilai rata-rata varian  $< 0.5$  dan mempunyai cross loading paling tidak 0.60 dan idealnya 0.70 atau lebih dengan menggunakan SPSS IBM.16.(Ghozali,2011)

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Rahmawati dkk,2014). Reliabilitas menunjukkan keterandalan suatu alat ukur. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Tujuan dari dilakukan uji reliabilitas agar instrumen yang diragukan dapat dipercaya. Pengukuran reabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu: Repeated Measure atau pengukuran ulang dan One Shot atau pengukuran sekali saja. Pengujian reliabilitas dapat diukur dengan yang

SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur korelasi untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0.60$ .

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

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *Structural Equation Modeling* (SEM). SEM atau model persamaan structural adalah sekumpulan teknik statistikal yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit, secara simultan. Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diimplementasikan. Teknik analisis digunakan untuk menginterpretasikan dan menganalisis data. Sesuai dengan model yang dikembangkan dalam penelitian ini maka alat analisis data yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modeling*), yang dioperasikan melalui program AMOS (Singgih, 2011).

Teknik analisis data menggunakan tahapan pemodelan dan analisis persamaan struktural. Langkah-langkah tahapannya yaitu:

#### 1. Pengembangan model secara teoritis

Di dalam SEM terdapat prinsip yaitu ingin menganalisis hubungan kasual antar variabel eksogen dan endogen, serta sekaligus memeriksa validitas dan reliabilitas instrumen dalam penelitian. Hubungan kasual adalah apabila terjadi perubahan nilai didalam suatu variabel akan menghasilkan perubahan dalam variabel lain. Dalam langkah awal ini adalah pengembangan model yang merupakan suatu model yang mempunyai justifikasi teori atau konsep serta model tersebut diverifikasi berdasarkan data empiris melalui SEM.

## 2. Menyusun diagram path

Diagram path sangat bermanfaat untuk menunjukkan alur hubungan kasual variabel eksogen dan endogen. Dimana hubungan-hubungan kausal yang telah ada justifikasi teori dan konsepnya, divisualisasikan ke dalam gambar sehingga lebih mudah melihatnya dan lebih menarik. Jika hubungan kausal tersebut ada yang secara konseptual belum fit maka dapat dibuat beberapa model yang kemudian diuji menggunakan SEM untuk mendapatkan model yang lebih tepat.

## 3. Mengubah diagram jalur menjadi persamaan struktural

Konversi diagram path (jalur), model struktural, dipindahkan ke dalam model matematika.

## 4. Memilih matriks input untuk analisis data

Dalam SEM input data berupa matriks kovarians bilamana tujuan dari analisis adalah pengujian suatu model yang telah mendapatkan justifikasi teori, sehingga tidak dilakukan interpretasi terhadap besar kecilnya pengaruh kasualitas pada jalur-jalur yang ada di dalam model.

## 5. Memilih identifikasi model

Selama proses estimasi berlangsung dengan program komputer, sering didapat hasil estimasi yang tidak logis dan hal ini berkaitan dengan masalah identifikasi model struktural. Cara melihat ada tidaknya problem identifikasi adalah dengan melihat hasil estimasi yang meliputi:

1. Adanya nilai standar error yang besar untuk satu atau lebih koefien
2. Program tidak mampu menghasilkan matriks informasi



3. Nilai estimasi yang tidak mungkin error variance yang negatif
4. Adanya nilai korelasi yang tinggi ( $>0,90$ ) antar koefisien estimasi

Jika diketahui ada problem identifikasi maka ada tiga hal yang harus dilihat:

1. Besarnya jumlah koefisien yang diestimasi relatif terhadap jumlah kovarian
  2. Korelasi yang diindikasikan dengan nilai *degree of freedom* yang kecil
  3. Digunakannya pengaruh timbal balik antar konstruk (*model nonrecursive*) atau kegagalan dalam menetapkan nilai tetap (*fix*) yang konstruk
6. Menilai kriteria Goodness-Of-Fit

Dalam hal ini dilakukan evaluasi terhadap kesesuaian model terhadap berbagai kriteria *Goodness-of-Fit* sebagai berikut:

1. Normalitas data
2. Outlier
3. Multicolinearity dan singularity

Uji kesesuaian dan uji statistic :

1. Likelihood Ratio Chi-Square Stastic, ukuran fundamental dari *overall fit* adalah *likelihood ratio chie square* ( $X^2$ ) Dengan tujuannya adalah menghasilkan probabilitas ( $p$ ) dari tingkat signifikansi ( $q$ ). Semakin kecil nilai  $x$  semakin baik model itu, dan diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut-off value* sebesar  $p > 0,05$ .
2. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*), adalah ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan statistik chi square

yang menolak model dengan jumlah sampel besar. Nilai RMSEA antara 0.05 sampai 0.08 merupakan ukuran yang dapat diterima.

3. GFI (*Goodness of Fit Index*). Adalah ukuran non statistik yang nilainya berkisar dari nilai 0 sampai 1.0. Nilai yang tinggi (disarankan diatas 90%) dalam indeks ini menunjukkan sebuah “better fit”.
4. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*), adalah kriteria yang memperhitungkan proporsi tertimbang dari varian dalam sebuah matrik kovarian sampel. Nilai yang direkomendasikan adalah sama atau  $>0.90$ .
5. CMIN/DF, adalah nilai chi square dibagi dengan *degree of freedom* sehingga disebut x relative. Nilai ratio ini  $< 2$  merupakan ukuran Fit.
6. TLI (*Tucker Lewis Index*), adalah ukuran yang menggabungkan ukuran persimary kedalam index komposisi antara proposal model dan null model dan nilai TLI berkisar dar 0 sampai 1.0. nilai TLI yang direkomendasikan adalah sama atau  $> 0,90$ .
7. CFI (*Comparative Fit Index*), besar indeks tidak dipengaruhi ukuran sampel karena sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan model. Rentang nilai sebesar 0-1,dimana semakin mendekati 1,mengindikasikan tingkat fit yag lebih baik.

#### 7. Interpretasi estimasi model

Pada tahap ini model diinterpretasikan dan dimodifikasi. Bagi model yang tidak memenuhi syarat pengujian yang dilakukan. Setelah model diestimasi,residual kovariansnya haruslah kecil atau mendekati nol dan distribusi frekuensi dari kovarians residual harus bersifat simetrik,batas

keamanan untuk jumlah residual yang dihasilkan oleh model adalah 1%. Nilai residual value yang lebih besar atau sama dengan 2,58 diinterpretasikan sebagai signifikan secara statis pada tingkat 1% dan residual yang signifikan ini menunjukkan adanya prediction error yang substansial untuk sepasang indikator.