

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek dan Subyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah Swalayan Citrouli. Subyek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa pelayanan di swalayan tersebut, dimana responden tersebut adalah individu-individu yang berkewajiban dalam menyediakan informasi dalam implementasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen Yang Dimoderasi Oleh Kepuasan Pelanggan.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) (Indriantoro & Supomo, 2002). Metode yang digunakan adalah metode survei kepada konsumen dengan menggunakan kuesioner mengenai kualitas pelayanan yang dibagikan kepada responden.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Jumlah sampel yang diteliti mempunyai kualitas yang tidak dapat diperkirakan, maka teknik pemilihan sampel secara tidak acak (*non-randomly sampling method*) dengan menggunakan metode *convenience sampling*, yaitu pengambilan sampel yang didasarkan tidak terbatas, sehingga peneliti memiliki

kebebasan untuk memilih sampel yang paling cepat dan murah (Indriantoro dan Supomo, 2002). Berdasarkan rencana pengambilan sampel menurut peneliti 100 responden sudah mencukupi untuk merepresentasikan perilaku konsumen. Penentuan metode dan jumlah sampel menurut Jogiyanto (2004) yang mengusulkan aturan untuk menentukan aturan sampel bahwa ukuran sampel lebih dari 30 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian sehingga peneliti mengambil sampel 100 sudah memenuhi dari ukuran minimal.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan 1 (satu) macam teknik untuk melakukan pengumpulan data, yaitu angket/kuesioner. Kuesioner/angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Dipandang dari cara menjawab angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, yaitu angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden tinggal memberikan tanda centang (√) pada kolom atau tempat yang disediakan.

E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Merupakan tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain/independen (Indrianto dan Supomo, 2002). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Variabel Independen

a. Kualitas Pelayanan (X)

Kualitas pelayanan adalah penampilan pelayanan atau jasa yang diberikan oleh Citrouli Swalayan di Yogyakarta yang ditujukan kepada pelanggan mereka dan merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan. Pengertian kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterima (Parasuraman, *et al.* 1985, dalam Erma Setiawati dan Sri Murwanti 2006).

Menurut Parasuraman, *et al.* (1985), dalam Erma Setiawati dan Sri Murwanti (2006) kontributor utama dalam mengembangkan pengukuran kualitas pelayanan, dikemukakan dalam lima dimensi, yaitu :

- 1) Bukti langsung (*tangibles*), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

Indikator dari dimensi ini adalah:

- a. Peralatan yang modern.
- b. Fasilitas yang mempunyai daya tarik konsumen.
- c. Karyawan berpenampilan rapi.
- d. Penampilan fasilitas fisik sesuai yang dibutuhkan

Indikator dari dimensi ini adalah :

- a. Dapat dipercaya dan mempunyai kejujuran
 - b. Kenyamanan dalam membayar
 - c. Menjaga kesopanan
 - d. Karyawan mendapat dukungan yang memadai
- 5) Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para konsumen.

Indikator dari dimensi ini adalah :

- a. Perusahaan memberikan perhatian khusus
- b. Karyawan memberikan perhatian mengenai masalah tersebut
- c. Dapat memahami kebutuhan konsumen
- d. Perusahaan sungguh-sungguh memperhatikan kepentingan anda
- e. Jam beroperasi yang sesuai

Variabel kualitas pelayanan diukur dengan 22 item pertanyaan.

Dengan skala Likert 5 poin mulai dari sangat tidak setuju (1) sampai sangat setuju (5).

2. Variabel Moderator (Z)

a. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang mengenai kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dengan membandingkan

kinerja atau hasil yang dirasakan dengan pengharapannya tentang pelayanan yang diberikan oleh Swalayan di Yogyakarta.

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau evaluasi setelah membandingkan harapan yang diinginkan (Zulian Yamit, 2005).

Indikatornya dari dimensi ini adalah:

- a. Penetapan harga yang sesuai dengan kinerja jasa.
- b. Keramahan dalam melayani konsumen.
- c. Kecepatan dalam melayani kebutuhan konsumen.
- d. Kenyamanan dalam melakukan transaksi.
- e. Keamanan dalam melakukan transaksi.
- f. Citra dari perusahaan selaku penyedia jasa.
- g. Rasa keseluruhan yang diterima dari penyedia jasa.

3. Varibel Dependen (Y)

a. Intensi Pembelian

Intensi pembelian konsumen adalah komitmen mendalam untuk membeli ulang atau mengulang pola preferensi produk atau layanan di masa yang akan datang, yang menyebabkan pembelian berulang merek yang sama atau satu set merek yang sama (Oliver 1999, Fatmawati 2004, dalam Haryono 2008). Sedangkan intensi pembelian konsumen yang bertindak sebagai variabel dependen diukur

dengan ukuran yaitu keinginan untuk membeli ulang untuk merekomendasikan pada orang lain.

Indikatornya dari dimensi ini adalah:

1. Mengajak kembali karena fasilitas lengkap dan baik.
2. Menunjukkan swalayan yang anda senangi
3. Swalayan ini menjadi pilihan pertama
4. Belanja lebih banyak ditahun depan
5. Membujuk untuk pergi ke swalayan ini
6. Mengurangi belanja ini ditahun depan
7. Belanja ke tempat lain
8. Tetap berbelanja meskipun harga naik
9. Tetap berbelanja meskipun swalayan lain murah
10. Menceritakan kepada orang lain ketika mendapat masalah
11. Menyampaikan keluhan bila mengalami masalah

Intensitas pembelian diukur dengan 11 butir pertanyaan, Skala pengukuran menggunakan skala Likert disebut juga *Summated Rating Scale*, skala ini banyak digunakan karena skala ini memberikan peluang pada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan terhadap pernyataan.

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrumen alat ukur telah menjalankan fungsi ukurnya. Validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Untuk mengetahui konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan dari penggunaan instrumen dilakukan uji validitas dengan menggunakan korelasi produk momen. Suatu skala pengukuran disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka ia tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur apa yang seharusnya dilakukan. Pada penelitian ini validitas yang di uji adalah validitas konstruk (*construct validity*) dengan mengkorelasikan skor masing-masing butir dengan skor total. Skor total sendiri adalah skor yang didapat dari penjumlahan skor butir untuk instrumen tersebut.

Perhitungan dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*. Adapun teknik korelasi *product moment* adalah sebagai berikut:

- N = jumlah sampel
X = skor satu item pertanyaan
Y = jumlah skor item pertanyaan

Responden yang diperlukan untuk melakukan uji validitas adalah sebanyak 30 responden. Item pertanyaan dikatakan valid jika nilai signifikan <0.05 (Ghozali, 2006).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada tingkat kemantapan atau konsistensi suatu alat ukur. Suatu kuisioner dapat dikatakan reliabel apabila kuisioner tersebut memberikan hasil yang konsistensi jika digunakan secara berulang kali dengan asumsi kondisi pada saat pengukuran tidak berubah (Rahmawati dkk, 2004).

Untuk melihat reliabilitas instrumen penelitian, akan dihitung dengan Cronbach's Alpha pada masing-masing instrumen. Kriteria yang digunakan untuk mengetahui teknik *Cronbach Alpha* adalah suatu teknik yang akan menunjukkan indeks konsistensi internal yang akurat, cepat dan ekonomis. Instrumen yang dipakai memenuhi reliabilitas jika nilai *cronbach alpha* > 0.6 (Ghozali, 2006).

G. Analisis Data dan Uji Hipotesis

Untuk melakukan pembuktian hipotesis, penelitian ini menggunakan metode analisis statistik. Analisis statistik digunakan untuk membuktikan

adanya hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan intensi pembelian konsumen.

1. Moderator Regression analysis (MRA)

Alat ini digunakan untuk mengetahui efek interaksi antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap variabel intensi pembelian konsumen. Kerangka kerja MRA adalah membandingkan perubahan R^2 di antara keduanya yang menentukan secara tepat tipe efek moderator yang terjadi. Persamaan regresi tersebut sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X + \beta_2 Z + \beta_3 XZ + e$$

Y = variabel dependen (intensi pembelian konsumen)

α = konstanta

β = koefisien regresi

X = variabel independen (kualitas pelayanan)

Z = variabel moderator (kepuasan pelanggan)

XZ = interaksi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan)

e = standar error

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi sampel yang dilambangkan dengan r^2 (sering dilambangkan dengan R^2), merupakan proporsi dari variasi total y yang dijelaskan oleh hubungan antara y dan x. Koefisien r^2 akan bernilai 0 apabila tidak ada variasi y yang dijelaskan oleh hubungan

tersebut; r^2 akan bernilai 1 jika semua variasi y dijelaskan, dan r^2 akan bernilai antara 0 dan 1 jika hanya sebagian variasi y dijelaskan oleh hubungan tersebut. Koefisien determinasi menunjukkan besarnya hubungan variabel bebas terhadap variabel yang dipengaruhi.

3. Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya signifikansi pengaruh dari kedua variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Dengan membandingkan probabilitas (sig t) dengan tingkat signifikansi ($\alpha 0.05$).

Ketentuan kriteria yang digunakan dalam pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika probabilitas $>$ dari tingkat signifikansi $\alpha 0.05$, H_0 diterima dan H_a ditolak. Ini berarti variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika probabilitas \leq dari tingkat signifikansi $\alpha 0.05$, H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Distribusi normal merupakan kurve berbentuk lonceng yang kedua sisinya melebar sampai tak terhingga, kurve normal bentuk simetris di

sekitar rerata variabel. Salah satu cara untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas Jarque-Bera.

b. Uji Heteroskedastisitas

Mengenai faktor-faktor gangguan, di mana distribusi probabilitas gangguan dianggap tetap sama untuk seluruh pengamatan- pengamatan atas X. Faktor gangguan dimasukkan ke dalam model untuk memperhitungkan kesalahan- kesalahan yang mungkin terjadi dalam pengukuran, dan kesalahan karena mengabaikan variabel-variabel tertentu.

c. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui terjadinya multikolinearitas sempurna tidak di antara variabel-variabel bebas. Jika dalam analisis regresi berganda terdapat dua variabel bebas yang multikolinearitasnya sempurna, maka taksiran parameternya tidak dapat ditentukan, kesalahan baku menjadi besar tak terhingga. Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan menggunakan