

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Objek dalam penelitian ini adalah Swalayan Indomaret dan Alfamart di Sonosewu Yogyakarta. Subjek penelitian adalah konsumen yang pernah berbelanja di Swalayan Indomaret dan Alfamart di Sonosewu Yogyakarta.

#### **B. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria-kriteria tertentu. Dalam penelitian ini kriteria yang digunakan sebagai sampel adalah:

1. Responden sudah pernah berbelanja di Swalayan Indomaret dan Alfamart di Sonosewu Yogyakarta minimal 3 kali.
2. Responden bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.

Ukuran sampel dalam penelitian ini ditentukan secara *judgement* pribadi, yaitu sebanyak 200 orang yang terdiri dari 100 orang konsumen Swalayan Indomaret dan 100 orang konsumen Swalayan Alfamart di Sonosewu Yogyakarta. Hal ini didasarkan pada pendapat Jogiyanto (2005) bahwa ukuran sampel lebih dari 30 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian,

sehingga jika peneliti mengambil sampel 200 sudah memenuhi dari ukuran

### **C. Jenis Data**

Data yang diperlukan 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 yaitu kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan intensi pembelian yang dibagikan kepada responden.

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

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode survei menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam hal ini kuesioner disebarakan pada konsumen swalayan Indomaret dan Alfamart di Sonosewu Yogyakarta.

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

#### **1. Variabel Independen**

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

##### **a. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )**

Pengertian kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai

perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan

pelayanan yang diterimanya (Parasuraman *et al.*, 1985 dalam Setiawati dan Murwanti, 2005).

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan dimensi sebagai berikut (Parasuraman *et al.*, 1985 dalam Setiawati dan Murwanti, 2005):

1) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan karyawan untuk melaksanakan pelayanan yang semestinya secara cepat. Dimensi keandalan diukur dengan 4 item pertanyaan.

Indikator keandalan (*reliability*) meliputi: (Santoso, 2008)

- a) Menepati janji atas iklan atau lisan
- b) Menepati diskon dan hadiah
- c) Pelayanan dapat dipercaya dan diandalkan
- d) Jam buka sesuai dengan harapan

2) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat. Dimensi daya tanggap diukur dengan 4 item pertanyaan.

Indikator daya tanggap (*responsiveness*) meliputi: (Santoso, 2008)

- a) Memberikan pelayanan dengan baik dan cepat
- b) Memberikan solusi pada pelanggan yang tepat
- c) Karyawan bersedia dan senang hati membantu
- d) Karyawan bisa melayani dengan cepat

3) Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan dan keramahan karyawan

serta kemampuannya untuk memberikan layanan dapat dipercaya dan

penuh keyakinan. Dimensi jaminan diukur dengan 5 item pertanyaan.

Indikator jaminan (*assurance*) meliputi: (Santoso, 2008)

- a) Karyawan selalu bersikap sopan dan ramah
  - b) Karyawan berbusana rapi dan berpenampilan menarik
  - c) Karyawan memiliki pengetahuan memadai
  - d) Karyawan mampu memberikan rasa aman
  - e) Perilaku karyawan memberikan rasa percaya
- 4) Empaty (*empathy*), yaitu memiliki rasa perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan. Dimensi empathy diukur dengan 5 item pertanyaan.

Indikator empathy (*empathy*) meliputi: (Santoso, 2008)

- a) Perhatian khusus secara personal
  - b) Memperhatikan kepentingan pelanggan
  - c) Permasalahan konsumen ditanggapi dengan penuh simpatik
  - d) Mampu memahami keinginan dan harapan
  - e) Memberikan informasi yang benar
- 5) Keberwujudan (*tangibles*), yaitu penampilan fasilitas-fasilitas fisik, peralatan dan personil. Dimensi keberwujudan (*tangibles*) diukur dengan 3 item pertanyaan.

Indikator keberwujudan (*tangibles*) meliputi: (Santoso, 2008)

- a) Peralatan yang selalu diperbaharui
- b) Bangunan dan fasilitas parkir
- c) Fasilitas ruangan cukup memadai

Instrumen pertanyaan tentang kualitas pelayanan diukur dengan skala *likert* 5 poin yaitu 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju).

b. Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ )

Menurut Kotler (2000), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dengan harapannya. Sedangkan menurut Tjiptono (2000), kepuasan pelanggan adalah perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan dimensi sebagai berikut: (Nauman, 1995 dalam Setiawati dan Murwanti, 2006)

- 1) Harga (*price*), harga merupakan pengorbanan riil dan material yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki produk. Sedangkan menurut Kottler (2000), harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa beserta pelayanannya. Dimensi harga diukur dengan 1 item pertanyaan.

Indikator harga: (Santoso, 2008)

- a) Kepuasan terhadap harga
- 2) Pelayanan (*service*), adalah setiap tindakan atau harapan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan pemilikan apapun

Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada suatu produk fisik. Dimensi pelayanan (*service*) diukur dengan 2 item pertanyaan.

Indikator pelayanan (*service*): (Santoso, 2008)

a) Pelayanan yang ramah

b) Pelayanan yang cepat

- 3) Citra (*image*), menurut (Aaker dan Keller dalam Fatmawati, 2004) menyatakan bahwa citra adalah persepsi konsumen tentang kualitas yang berkaitan dengan merek atau nama perusahaan. Dimensi citra (*image*) diukur dengan 3 item pertanyaan.

Indikator citra (*image*): (Santoso, 2008)

a) Kenyamanan dalam melakukan transaksi.

b) Keamanan dalam melakukan transaksi

c) Citra swalayan

- 4) Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*). Menurut Kotler (2000), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang telah membandingkan kinerja produk atau jasa, hasil yang ia rasakan dengan harapannya. Dimensi kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*) diukur dengan 1 item pertanyaan.

Indikator kepuasan keseluruhan (*overall customer satisfaction*):

(Santoso, 2008)

a) Kepuasan keseluruhan

Instrumen pertanyaan tentang kepuasan pelanggan diukur dengan skala *likert* 5 poin yaitu 1 (sangat tidak puas) sampai dengan 5 (sangat

## 2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah intensi pembelian konsumen. Intensi pembelian merupakan fungsi dari sikap individual terhadap produk dan jasa (Setiawati dan Murwanti, 2006).

Intensi pembelian dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan dimensi sebagai berikut: (Nauman, 1995 dalam Setiawati dan Murwanti, 2006)

a. *Loyalty*, yaitu loyalitas terhadap swalayan. Dimensi *loyalty* diukur dengan 3 item pertanyaan.

Indikator *loyalty*: (Santoso, 2008)

- 1) Mengajak orang lain untuk berbelanja
- 2) Menyarankan teman untuk berbelanja
- 3) Menjadikan pilihan pertama dalam berbelanja

b. *Switch*, yaitu kecenderungan untuk beralih pada swalayan lain. Dimensi *switch* diukur dengan 2 item pertanyaan.

Indikator *switch*: (Santoso, 2008)

- 1) Pelayanan tidak seperti yang diharapkan
- 2) Berbelanja ke swalayan lain yang lebih murah

c. *Paymore*, yaitu kemauan seseorang untuk membayar lebih tinggi atas kualitas layanan yang di berikan swalayan. Dimensi *paymore* diukur

Indikator *paymore*,: (Santoso, 2008)

1) Tetap berbelanja meskipun harga naik

d. *External response*, yaitu respon pada pihak luar jika ada masalah dengan swalayan. Dimensi *eksternal response* diukur dengan 1 item pertanyaan.

Indikator *eksternal response*: (Santoso, 2008)

1) Menceritakan masalah kepada orang lain

e. *Internal response*, yaitu respon pada pihak swalayan jika ada masalah dengan kualitas layanan yang diberikan swalayan. Dimensi *internal response* diukur dengan 1 item pertanyaan.

Indikator *internal response*: (Santoso, 2008)

1) Menyampaikan keluhan kepada karyawan

Instrumen pertanyaan tentang intensi pembelian diukur dengan skala *likert* 5 poin yaitu 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju).

## **F. Uji Kualitas Instrumen**

### **1. Uji Validitas**

Validitas ini digunakan untuk mengukur seberapa cermat alat ukur tersebut benar-benar mencerminkan variabel yang dapat diukur. Pada dasarnya validitas ini berfungsi untuk mengukur atau menguji apakah tiap butir instrumen telah benar-benar mengungkapkan indikator yang ingin diteliti.



Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi pearson. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika koefisien korelasi antara score butir dengan total score signifikan pada tingkat 5% (Aini, dkk, 2003).

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengukuran data memberikan hasil yang relatif konsisten bila dilakukan pengukuran ulang pada subyek yang sama. Untuk uji reliabilitas teknik yang digunakan melalui metode *cronbach's alpha*. Menurut Nunally (1997) dalam Ghozali (2001), suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha*  $\geq 0,6$ .

## G. Uji Hipotesis dan Analisis Data

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis data yang bertujuan untuk menggambarkan profil responden atau subjek penelitian dan atau karakteristik data yang disajikan dalam bentuk tabel statistik deskriptif (Umar, 2000).

### 2. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan dua model, yaitu regresi linier berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Prosedur analisis data dipisah untuk tiap objek penelitian (Swalayan

Indomaret dan Alfamart). Model yang digunakan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut (Asakdiyah, 2005):

a. Model regresi linier berganda untuk menjawab hipotesis kesatu hingga keempat

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Intensi pembelian)

a = Konstanta regresi

$b_1$  = Koefisien regresi dari variabel kualitas pelayanan

$b_2$  = Koefisien regresi dari variabel kepuasan pelanggan

$X_1$  = Variabel kualitas pelayanan

$X_2$  = Variabel kepuasan pelanggan

e = *Error term*

b. Model *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menjawab hipotesis kelima dan keenam

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_1 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Intensi pembelian)

a = Konstanta regresi

$b_1$  = Koefisien regresi dari variabel kualitas pelayanan

$b_2$  = Koefisien regresi dari variabel kepuasan pelanggan

$b_3$  = Koefisien regresi dari variabel interaksi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

$X_1$  = Variabel kualitas pelayanan

$X_2$  = Variabel kepuasan pelanggan

$X_1X_2$  = Variabel interaksi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

$e$  = *Error term*

### Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

- 1) Jika nilai *p-value* (sig)  $> \alpha$  (0,05), maka  $H_0$  diterima berarti variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Jika nilai *p-value* (sig)  $< \alpha$  (0,05), maka  $H_0$  ditolak berarti variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

### Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara keseluruhan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan atau bermakna terhadap variabel dependen.

- 1) Jika nilai *p-value* (sig)  $> \alpha$  (0,05), maka  $H_0$  diterima berarti variabel

tidak secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap

- 2) Jika nilai  $p\text{-value}$  ( $\text{sig}$ )  $< \alpha$  (0,05), maka  $H_0$  ditolak berarti variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

### **Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur proporsi variasi variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai koefisien determinasi ( $R\text{ square}$ ) akan terletak antara 0 sampai dengan 1. Koefisien  $R\text{ square}$  akan bernilai 0 apabila tidak ada variasi variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Jika semua variasi variabel terikat dijelaskan oleh variabel terikat maka  $R\text{ square}$  akan bernilai 1.