

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Menurut Umar (2005) pengertian objek penulisan adalah objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan, biasanya juga ditambahkan dengan hal-hal lain jika dianggap perlu.

Menurut Sugiyono (2013) pengertian objek penelitian yaitu suatu atribut atau sifat atau nilai orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Wirartha (2006) objek adalah karakteristik tertentu yang mempunyai nilai, skor, atau ukuran yang berbeda untuk unit atau individu yang berbeda atau merupakan konsep yang diberi lebih dari satu nilai. Dari defisi diatas dapat disimpulkan bahwa objek penelitian adalah suatu sasaran ilmiah dengan tujuan dan kegunaan tertentu untuk mendapatkan data tertentu yang mempunyai nilai, skor, atau ukuran yang berbeda.

KFC di Yogyakarta ada 6 yaitu berada di KFC BDNI Sudirman (Wisma Hartono) Lt. 1, Jl. Jend. Sudirman No. 59, Terban, Gondokusuman, KFC Malioboro *Foodpoint* Malioboro, Jalan Malioboro, KFC UGM Yogyakarta Jl. C. Simanjuntak No.72 A, Terban, Gondokusuman, KFC Galleria Yogyakarta, Jl. Jend. Sudirman No.99-101, KFC Seturan Yogyakarta Jalan Seturan Raya, KFC Laksda Adisucipto Jalan Laksda Adi Sucipto No. 167, Caturtunggal, Depok. Obyek penelitian

penulisan ini meliputi persepsi kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di KFC. Dari semua KFC yang berada di Yogyakarta penulis memilih KFC BDNI Sudirman (Wisma Hartono) Lt. 1, Jl. Jend. Sudirman No. 59, Terban, Gondokusuman sebagai obyek penelitian.

Subjek penelitian menurut Arikunto (2013) merupakan sesuatu yang sangat penting kedudukannya didalam penelitian, subjek penelitian harus ditata sebelum peneliti siap untuk mengumpulkan data. Subjek penelitian dapat berupa benda, hal atau orang. Istilah lain yang digunakan untuk menyebut subjek penelitian adalah responden, yaitu orang yang memberi respon atas suatu perlakuan yang diberikan kepadanya. Dikalangan peneliti kualitatif, istilah responden atau subjek penelitian disebut dengan istilah *informan*, yaitu orang yang memberi informasi tentang data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan.

Ada persyaratan tertentu yang harus mereka miliki untuk layak ditetapkan sebagai informan penelitian. Moleong (2006) menyebutkan bahwa ada lima persyaratan yang harus dimiliki oleh seorang agar layak dijadikan *informan*.

1. Orang tersebut harus jujur dan bisa dipercaya.
2. Orang tersebut memiliki kepatuhan pada peraturan.
3. Orangnyanya suka berbicara, bukan orang yang sukar berbicara
4. Orang tersebut bukan anggota kelompok dalam penelitian.
5. Orangnyanya memiliki pandangan tertentu tentang peristiwa yang terjadi.

Informan menurut Moleong (2006) adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi, dia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian.

Dalam penelitian ini, subyek penelitian yang menjadi fokus peneliti adalah masyarakat umum yang tinggal di Daerah Istimewa Yogyakarta meliputi Yogyakarta Kota, Sleman, Bantul, Gunung Kidul dan Kulon Progo yang berusia 17 tahun ke atas yang telah berkunjung dan membeli makanan di KFC Sudirma minimal 3 kali pada 6 bulan terakhir, dimana subyek penelitian ini juga akan dijadikan informan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang menunjang penelitian.

B. Jenis Data

Pengertian jenis data menurut Arikunto (2013) adalah jenis data yang dimaksud dalam penelitian subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data terbagi menjadi dua bagian yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2013) menjelaskan mengenai data primer bahwa data primer adalah data yang diperoleh secara langsung meliputi dokumen – dokumen perusahaan berupa sejarah perkembangan perusahaan, struktur organisasi dan lain-lain yang berhubungan dengan penelitian. Sedangkan menurut Arikunto (2013) data primer adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya dapat melalui wawancara, jejak pendapat dan lain-lain. Dari definisi di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa sumber data primer merupakan data yang langsung dapat dan disajikan sebagai

sumber dari penelitian dan pengamatan secara langsung pada objek atau perusahaan tempat penulis melakukan penelitian, dimana dilakukan dengan cara penelitian lapangan melalui observasi dan wawancara melalui pihak perusahaannya langsung.

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan oleh penulis adalah sumber data primer. Dimana sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung yang dikumpulkan melalui kuisisioner dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang diperoleh secara langsung dari pengunjung KFC di Yogyakarta.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan *Non Probability Sampling*. Metode pengambilan sampel *non probability* yang digunakan adalah *purposive sampling*, dimana peneliti memilih sampel berdasarkan penelitian terhadap beberapa karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud penelitian (Kuncoro,2003). Sampel yang digunakan diambil dari populasi yang memiliki karakteristik yaitu masyarakat umum yang berusia 17 tahun ke atas yang telah berkunjung dan makan di KFC minimal 3 kali pada 6 bulan terakhir. Berdasarkan pendapat Solimun (2005) mengemukakan bahwa untuk analisis multivariate besarnya sampel adalah antara 100 hingga 200 dengan minimumnya adalah 50, dan sama dengan 5 hingga 10 kali jumlah parameter dalam model penelitian. Studi ini menggunakan 3 variabel yang terdiri dari 25 indikator. Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan minimal adalah $5 \times 25 = 125$ responden. Kuisisioner tersebar ke 135 responden dengan cara dibagikan langsung ke responden dan disebar melalui media masa tetapi yang kembali hanya 127 kuisisioner.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam proses penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Sedangkan data adalah sesuatu yang belum memiliki arti bagi penerimanya dan masih membutuhkan adanya suatu pengolahan. Data bisa memiliki berbagai wujud, mulai dari gambar, suara, huruf, angka, bahasa, simbol, bahkan keadaan. Semua hal tersebut dapat disebut sebagai data asalkan dapat kita gunakan sebagai bahan untuk melihat lingkungan, obyek, kejadian, ataupun suatu konsep. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer yaitu berupa tanggapan langsung dari tangan pertama melalui kuisioner.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, dimana peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden (Sutopo, 2006). Karena angket dijawab atau diisi oleh responden dan peneliti tidak selalu bertemu langsung dengan responden, maka dalam menyusun angket perlu diperhatikan beberapa hal. Pertama, sebelum butir-butir pertanyaan atau pernyataan ada pengantar atau petunjuk pengisian. Kedua, butir-butir pertanyaan dirumuskan secara jelas menggunakan kata-kata yang lazim digunakan (populer), kalimat tidak terlalu panjang. Dan ketiga, untuk setiap pertanyaan atau pernyataan terbuka dan berstruktur disesuaikan kolom untuk menuliskan jawaban atau respon dari responden secukupnya.

Dalam penelitian ini daftar pertanyaan diajukan kepada pelanggan KFC Yogyakarta dengan menggunakan skala likert. Skala ini menggunakan 5 kategori (Sugiyono,2013), yaitu:

1. Kategori sangat setuju diberi skor 5
2. Kategori setuju diberi skor 4
3. Kategori netral diberi skor 3
4. Kategori tidak setuju diberi skor 2
5. Kategori sangat tidak setuju diberi skor 1

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Persepsi Kualitas Layanan	Persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa relatif terhadap alternatif yang	<i>Tangible</i>	1. Kebersihan fasilitas fisik restoran. 2. Kerapian penampilan karyawan. 3. Kemuktahiran sarana fisik yang dimiliki.	Likert
		<i>Empathy</i>	1. Perhatian secara personal oleh karyawan.	

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
	relevan dan berkaitan dengan tujuan yang dimaksud. Keller (2003)	<p><i>Reliability</i></p> <p><i>Responsiveness</i></p> <p><i>Assurance</i></p>	<p>2. Mudah diakses (kemudahan dalam menghubungi). 3. Memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan sungguh-sungguh.</p> <p>1. Menyediakan jasa pelayanan dengan baik dari awal hingga akhir. 2. Keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan/dokumen. 3. Pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan.</p> <p>1. Kesediaan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat. 2. Kesiapan karyawan dalam membantu kesulitan pelanggan dengan cepat. 3. Keluasan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat</p> <p>1. Reputasi perusahaan yang terjamin. 2. Kompetensi (kemampuan) karyawan dalam bidang pelayanan yang diberikan. 3. Keramahan karyawan dalam memberikan layanan.</p> <p>Cronin & Taylor (1992) dalam Aryani & Rosinta (2010)</p>	

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan suatu produk atau kinerja yang dirasakan terhadap harapan. Kotler & Keller (2016)	<i>Consumer Satisfaction</i>	1. Berdasarkan pengalaman, pelanggan merasa senang. 2. Telah memenuhi harapan pelanggan. 3. Pelanggan percaya akan mendapatkan pengalaman yang memuaskan. 4. Secara keseluruhan, pelanggan percaya, akan menyenangkan hati pelanggan. Cronin & Taylor (1992) dalam Aryani & Rosinta (2010)	Likert
Loyalitas Pelanggan	Komitmen yang sangat kuat untuk melakukan pembelian ulang dan tetap setia pada sebuah produk atau layanan yang disukai di masa depan meskipun ada pengaruh situasional dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perpindahan perilaku. Kotler dan Keller (2016)	<i>Consumer Loyalty</i>	1. Pelanggan mengatakan hal positif . 2. Memberikan rekomendasi kepada pihak lain. 3. Kemungkinan besar, pelanggan akan kembali lagi. 4. Jarang melakukan peralihan ke tempat lain. 5. Merupakan pilihan pertama. 6. Merupakan pilihan terbaik. Cronin & Taylor (1992) dalam Aryani & Rosinta (2010)	Likert

F. Uji Kualitas Instrumen

1) Uji Validitas

Menurut Sekaran (2006) bahwa validitas adalah bukti bahwa instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar

mengukur konsep yang dimaksudkan, serta setiap butir pertanyaan dikatakan valid jika signifikan (α) < 5% atau < 0,05, uji validitas dapat dilakukan dengan software SPSS.

Cara mengukur validitas melalui menghitung harga koefisien korelasi sederhana (*Pearson Correlation*) antara skor masing-masing butir dengan skor total dari butir-butir tersebut sebagai kriterianya.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran (2006) keandalan (*reliability*) adalah suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (bebas kesalahan – *error free* dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item, dalam instrumen. Dengan kata lain, keandalan suatu pengukuran merupakan indikasi mengenai stabilitas dan konsistensi dimana instrumen mengukur konsep dan membantu menilai “ketepatan” sebuah pengukuran.

Untuk menghitung reabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan *reliable* jika memiliki *Alph* > dari 0,60, uji reliabilitas dapat dilakukan dengan software SPSS.

G. Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah analisis kuantitatif data yang menggunakan *path analysis* dengan menggunakan *software SPSS for Windows* sebagai alat analisis data

1) Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Model *path analysis* merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda dan analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2011). *Path analysis* digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen).

Manfaat dari *path analysis* adalah untuk penjelasan terhadap fenomena yang dipelajari atau permasalahan yang diteliti, prediksi dengan path analisis ini bersifat kualitatif. Faktor determinan yaitu penentuan variabel bebas mana yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat, serta dapat menelusuri mekanisme pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

2) Uji Sobel (*Sobel Test*)

Dalam uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi yaitu kepuasan pelanggan. Menurut Baron dan Kenny (1986) dalam Ghozali (2011) suatu variabel disebut *intervening* jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji sobel digunakan untuk menguji kekuatan dan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Y) melalui variabel intervening (Z). Dengan cara perhitungan pengalihan pengaruh tidak langsung X ke Y melalui Z dengan cara mengalikan jalur X-Z (a) dengan jalur Z-Y (b) atau ab .

Jadi koefisien $ab = (c - c')$ dimana c adalah pengaruh X terhadap Y tanpa menghubungkan Z , sedangkan c' adalah koefisien pengaruh X terhadap Y setelah menghubungkan Z .

Ghozali (2011) pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (*Sobel Test*). Rumus uji sobel sebagai berikut :

$$Sab = \sqrt{b^2 Sa^2 + a^2 Sb^2 + Sa^2 Sb^2}$$

Dengan keterangan:

Sab : Besarnya standar eror pengaruh tidak langsung

a : Jalur variabel independen (X) dengan variabel *intervening* (Z)

b : Jalur variabel *intervening* (Z) dengan variabel dependen (Y)

sa : Standar eror koefisien a

sb : Standar eror koefisien b

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

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

nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel, jika nilai t hitung $>$ dari nilai t tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi. Asumsi uji sobel memerlukan jumlah sampel yang besar, jika jumlah sampel kecil, maka uji sobel kurang konservatif Ghozali (2011).

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji statistik t dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi *variable* dependen. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah atau bersama-sama (Rahmawati, dkk: 2015) kriteria pengujian uji adalah sebagai berikut:

- 1) Jika signifikan $<0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima berarti ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.
- 2) Jika signifikan $>0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

c. Analisis Koefisien Diterminasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan prosentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus koefisien determinasi dapat ditunjukkan sebagai berikut:

$$R^2 = \text{Adjusted R-Square} \times 100\%$$

Nilai R^2 berbeda antara 0 sampai 1. Semakin mendekati 1 maka variabel bebas cukup memberikan semua informasi untuk memprediksi variabel terikat atau merupakan indikator yang menunjukkan semakin kuatnya kemampuan menjelaskan perubahan variabel bebas terhadap variabel terikat.

