

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek dan Subyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah Toko Indomaret. Subyek penelitian adalah konsumen di wilayah Kecamatan Wirobrajan yang pernah berbelanja di Toko Indomaret.

B. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber utama atau langsung didapat dari pelanggan, dengan cara membagikan daftar pertanyaan kepada responden untuk mendapatkan keterangan atau jawaban dalam kuesioner.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* khususnya *convenience sampling* dan *purposive sampling*. Pengambilan sampel secara nyaman (*convenience sampling*) dilakukan dengan memilih sampel bebas sesuai dengan keinginan perisetnya (Jogiyanto, 2004). Pengambilan sampel bertujuan (*purposive sampling*) dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan kriteria tertentu (Jogiyanto, 2004). Kriterianya adalah: sudah pernah berbelanja sebanyak dua kali terhitung mulai dari Januari 2010 hingga Agustus 2010, apabila pembelian dilakukan sebelum bulan Januari 2010 atau setelah bulan Januari 2010 tetapi belum melakukan pembelian selama dua

kali, maka konsumen tidak bisa dijadikan sebagai responden. Dengan melakukan transaksi pembelian minimal dua kali, konsumen sudah dianggap bisa melakukan penilaian terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Toko Indomaret. Usia minimal konsumen yang dijadikan responden berumur 15 tahun, apabila belum berumur 15 tahun maka tidak dapat dijadikan responden penelitian.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden, alasan peneliti menggunakan 100 responden yaitu: (1) sampel yang baik minimal lebih dari 30 orang, (2) sampel 100 orang sudah bisa *representative* terhadap populasi yang diteliti, (3) berdasarkan pada pertimbangan waktu yang relatif lebih cepat dan biaya yang relatif lebih murah (Jogiyanto, 2004).

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode survei (*survey*) atau lengkapnya *self-administered survey* adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu (Jogiyanto, 2004). Instrumen yang digunakan adalah kuesioner, kuesioner yang disebar berjumlah 130 kuesioner dengan waktu penyebaran kuesioner selama 25 hari, dan peneliti memberikan pengarahan pada responden yang kurang mengerti pada item pertanyaan yang ada dalam kuesioner.

E. Definisi Operasional Vari

Untuk mencapai tu
penelitian. Dari permasalah
variabel yang dapat digun
yang akan diteliti. Variab
penelitian atau yang menj
1993).

1. Variabel Independen (V

Dalam penelitian in
simbol (X), yang term
berikut:

(X₁) Keandalan (re
memenuhi ja
(Parasuraman
pembayaran C
ditawarkan (X₁

(X₂) Cepat Tanggap
Indomaret untu
segera (Parasu
menyelesaikan
kecepatan dai
pelanggan (X_{2c}

- (X₃) Kepastian (*assurance*): yaitu pengetahuan dan rasa hormat karyawan dan kemampuan mereka untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan (Parasuraman *et al.*, 1990) diukur dengan ketrampilan karyawan (X_{3a}), pelayanan yang ramah dan sopan (X_{3b}), kualitas produk sesuai promosi (X_{3c}), dan pengetahuan karyawan akan produk yang dijual (X_{3d}).
- (X₄) Empati (*empathy*): yaitu adanya rasa peduli dan perhatian kepada setiap pelanggan secara individual (Parasuraman *et al.*, 1990) diukur dengan perhatian karyawan tidak membedakan status sosial pelanggan (X_{4a}), kemampuan komunikasi (X_{4b}), memahami kebutuhan pelanggan (X_{4c}).
- (X₅) Berwujud (*tangibles*): yaitu penampilan fisik atau *lay out*, penampilan karyawan, dan peralatan komunikasi (Parasuraman *et al.*, 1990) diukur dengan kondisi *lay out* dan interior (X_{5a}), penampilan karyawan (X_{5b}), peralatan (transaksi & komunikasi) yang memadai (X_{5c})

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Dalam penelitian ini variabel dependen atau variabel terikat diberi simbol (Y). Dalam penelitian ini variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y). Kepuasan pelanggan harus disertai dengan pemantauan terhadap kebutuhan dan keinginan yang bisa dipengaruhi oleh beberapa indikator. Dutka (1994) mendefinisikan beberapa atribut-atribut kepuasan

pelanggan secara *universal* yang perlu diperhatikan. Atribut-atribut tersebut meliputi:

1) *Attribute related to the product* yaitu atribut – atribut yang berkaitan dengan produk, yang meliputi:

(Y_a) *Product quality*, merupakan penelitian secara keseluruhan dari mutu suatu produk. Suatu produk barang atau jasa memiliki kualitas atau mutu untuk membandingkan dengan badan usaha lain yang sejenis. Untuk mengukur kualitas suatu produk atau jasa tiap badan usaha membuat standart mutu untuk tiap produknya.

(Y_b) *Range of products or service*, merupakan macam dari produk atau jasa yang ditawarkan oleh badan usaha. Dalam suatu badan usaha tidak hanya satu macam produk atau jasa saja yang ditawarkan tapi bervariasi.

2) *Attribute related to service* yaitu atribut – atribut yang berkaitan dengan servis atau jasa, yang meliputi:

(Y_c) *Guarantee or warranty*, merupakan jaminan yang diberikan oleh suatu badan usaha atas produk yang dihasilkan yang dapat dikembalikan jika tidak memuaskan.

(Y_d) *Complain handling*, merupakan kesediaan dari badan usaha dalam menangani keluhan-keluhan dari pelanggan. Badan usaha yang dapat memberikan tanggapan secara cepat terhadap

keluhan pelanggan maka itu merupakan pesan yang disampaikan

badan usaha kepada pelanggannya mengenai keunggulan yang dimiliki oleh badan usaha tersebut.

(Y_e) *Resolution of problem*, merupakan kemampuan badan usaha dalam memecahkan masalah yang dihadapi oleh pelanggan. Usaha yang dilakukan badan usaha adalah membekali tiap karyawannya dengan keahlian tertentu untuk memecahkan masalah yang dihadapi. Selain itu, pihak badan usaha juga dapat mendengarkan secara rinci apa yang menjadi keluhan pihak pelanggannya dan dengan senang hati membantu pelanggan mencari solusi masalah tersebut.

3) *Attribute related to purchase* yaitu atribut – atribut yang berkaitan dengan pembelian, yang meliputi:

(Y_f) *Communication*, merupakan proses penyampaian informasi atau pesan yang dilakukan oleh karyawan kepada pelanggan.

(Y_g) *Courtesy*, kesopanan, keramah-tamahan, dan rasa hormat karyawan dalam melayani pelanggan.

(Y_h) *Company reputation*, merupakan reputasi dari suatu badan usaha berkaitan dengan kredibilitasnya yang dapat mempengaruhi keputusan membeli dari pelanggan. Maksudnya reputasi yang dimiliki suatu badan usaha akan mempengaruhi pandangan dari pelanggan terhadap badan usaha tersebut, di mana reputasi yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan untuk membeli

(Y_i) *Company competence*, yaitu kemampuan dan pengetahuan dari karyawan suatu badan usaha untuk memberikan layanan yang baik kepada pelanggan.

(Y_j) *Ease or convenience of acquisition*, merupakan kemudahan yang diberikan oleh badan usaha kepada pelanggan untuk memperoleh produk yang dihasilkan badan usaha tersebut.

Formulasi definisi operasional ini menggunakan skala Likert. Skala Likert berisi setuju atau tidak setuju yang dibagi ke dalam 5 (lima) bagian skala terhadap pertanyaan-pertanyaan (*question*) yang diajukan oleh peneliti dalam kuesioner (Jogiyanto, 2004).

5 (Lima) bagian skala tersebut masing-masing:

- a) Sangat setuju (SS) dengan skor = 5
- b) Setuju (S) dengan skor = 4
- c) Netral (N) dengan skor = 3
- d) Tidak setuju (TS) dengan skor = 2
- e) Sangat tidak setuju (STS) dengan skor = 1

Skala Likert ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik

oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan seberapa jauh suatu test atau satu set dari operasi-operasi mengukur apa yang seharusnya diukur (Jogiyanto, 2004). Pengujian validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor butir dengan skor total dengan korelasi *product moment and person*, dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Jogiyanto, 2004):

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{n\sum X^2(\sum X)^2\} \{n\sum Y^2(\sum Y)^2\}}}$$

Dimana:

Y = Skor total

X = Skor butir pertanyaan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 5%. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut (Jogiyanto, 2004): Jika $\text{Sig} \leq 0,05$, maka butir tersebut valid.

Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur, validitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur untuk melakukan tugasnya mencapai sarannya (Jogiyanto, 2004)

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu pengukuran menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari instrumen yang mengukur suatu konsep dan bagaimana

untuk mengakses “kebaikan” dari suatu pengukur (Dharmmesta, 2003). Untuk mengukur reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* (Sugiyono, 2002). Suatu instrumen akan dianggap reliabel jika minimum koefisien alpha adalah 0,50. Koefisien alpha rendah (dibawah 0,50) memberi indikasi sampel item buruk dalam menggambarkan konstruksi. Sebaliknya alpha tinggi (di atas 0,50) memberi indikasi k-item berkorelasi dengan baik dengan skor sesungguhnya. Suatu kuesioner dikatakan baik apabila dalam mengukur sesuatu memberikan hasil yang sama (Sugiyono, 2002). Berdasarkan pendapat di atas dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. *Cronbach's Alpha* $> 0,5$, maka faktor tersebut reliabel.
- b. Jika koefisien *Cronbach's Alpha* $\leq 0,5$, maka faktor tersebut tidak reliabel.

G. Uji Hipotesis dan Analisis Data

Adapun alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yakni :

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2002). Analisis deskriptif ini bersifat uraian mengenai: (1) karakteristik responden yang meliputi, jenis kelamin, umur, pendidikan, (2) penilaian responden terhadap variabel kualitas pelayanan dan kepuasan.

b. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif biasanya digunakan untuk menganalisis suatu masalah agar dapat memberikan gambaran secara kongkrit sehingga keputusan dapat diambil secara lebih pasti. Analisis kuantitatif adalah analisis yang bersifat hitungan dengan menetapkan rumus-rumus statistik untuk menguji kebenaran data, teori dan hipotesis.

1) Regresi Linier Berganda.

Digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Adapun model Regresi Linier Berganda bentuk persamaan umumnya adalah sebagai berikut (Jogiyanto, 2004):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen kepuasan pelanggan.

a = konstanta.

e = *error* (kesalahan residu).

$b_1, b_2, b_3, \dots, b_5$ = koefisien regresi.

X_1 = keandalan (*Reliability*).

X_2 = cepat tanggap (*Responsiveness*).

X_3 = kepercayaan (*Assurance*).

X_4 = empati (*Empathy*).

X_5 = berwujud (*Tangibles*).

2) Uji Signifikan.

Pengujian Signifikansi dalam penelitian ini dilakukan uji statistik F dan uji statistik t.

1 Uji F.

Uji F ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan F hitung (sig F) dengan F tabel atau pelayanan probabilitas F hitung (sig F) dengan F tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$). Menurut (Sugiyono, 2002), untuk menghitung F hitung dengan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (n - K - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi.

k = Jumlah variabel independen.

n = Jumlah anggota sampel

Dengan rumusan hipotesis sebagai berikut :

Ho: Tidak ada pengaruh variabel *reliability* (keandalan), *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (kepastian), *empathy* (empati), *tangibles* (berwujud) secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan di Toko Indomaret.

Ha: Ada pengaruh variabel *reliability* (keandalan), *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (kepastian), *empathy* (empati), *tangibles* (berwujud) secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan di Toko Indomaret.

Ketentuan kriteria pengujian yang digunakan dalam pengujian

F hitung adalah sebagai berikut :

- a. Jika $\text{Sig. } F > 0,05$ maka Ho diterima dan Ha ditolak, ini berarti variabel independen di atas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jelasnya, variasi dari model regresi tidak berhasil menerangkan variasi variabel independen secara keseluruhan.
- b. Jika $\text{Sig. } F \leq 0,05$ maka Ho ditolak dan Ha diterima. Ini berarti variabel independen di atas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Jelasnya variasi dari model regresi berhasil menerangkan variasi variabel independen secara

2 Uji t.

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari kelima variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Dengan membandingkan pelayanan t hitung ($\text{sig } t$) dengan t tabel atau probabilitas t hitung ($\text{sig } t$) dengan tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$).

Dengan rumus hipotesis sebagai berikut:

Ho: Tidak ada pengaruh (*reliability*) keandalan, (*responsiveness*) cepat tanggap, (*assurance*) kepastian, (*empathy*) empati, (*tangibles*) berwujud secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Toko Indomaret apabila.

Ha: Ada pengaruh (*reliability*) keandalan, (*responsiveness*) cepat tanggap, (*assurance*) kepastian, (*empathy*) empati, (*tangibles*) berwujud secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Toko Indomaret.

a. Jika $\text{Sig. } t > 0,05$ Ho diterima, Ha ditolak. Ini berarti variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, atau variabel independen tidak dapat menerangkan variabel dependen.

b. Jika $\text{Sig. } t \leq 0,05$ Ho ditolak, Ha diterima. Ini berarti variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel

dependen, atau variabel independen dapat menerangkan variabel dependen.