

BAB III

METODA PENELITIAN

A. Obyek dan Subyek

Obyek dalam penelitian ini adalah Dealer Yamaha Sumber Baru Motor yang berada di wilayah kota Yogyakarta dan Subyek penelitian ini adalah Pengguna jasa Dealer Yamaha Sumber Baru Motor Dongkelan dan Yamaha Sumber Baru Motor Parangtritis Yogyakarta.

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 atau tidak melalui media perantara (Indriantoro & Supomo, 2002). Data penelitian ini diperoleh secara langsung dari responden yang berupa jawaban atas pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna jasa Sumber Baru Motor, dalam penelitian ini data diperoleh dari responden yang menjawab pertanyaan dalam bentuk kuisisioner

C. Teknik Pengambilan Sampel

Tehnik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Alasan pemilihan metode ini karena sampel diambil berdasarkan pertimbangan tertentu saja, yang mendukung syarat dari penelitian ini. *Purposive sampling* adalah metode yang digunakan untuk

menentukan kriteria responden yang sesuai dengan masalah yang akan diteliti. kriteria yang dimaksud adalah:..Konsumen 2 kali atau lebih dari 2 kali yang memakai jasa service Yamaha Sumber Baru Motor Yogyakarta. Pengambilan sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode survei menggunakan kuesioner. Metode survei adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan responden akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut (Husein, 2002). Daftar pertanyaan/ kuesioner nantinya bisa dikirimkan kepada responden melalui pos (*mail survei*), atau bisa juga diberikan secara langsung oleh penulis kepada responden. Instrumen berupa lembar daftar pertanyaan yang digunakan untuk mengukur semua variabel yang akan diteliti pada penelitian ini.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Ada beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu loyalitas pengguna jasa (Y) sebagai variabel dependen dan variabel independen yaitu dimensi pelayanan jasa meliputi *tangibles* (X_1 yaitu bukti langsung), *reliability* (X_2 yaitu kehandalan), *responsiveness* (X_3 yaitu daya tanggap), *assurance* (X_4 yaitu jaminan) dan *empathy* (X_5 yaitu empati).

1. Alat Pengukur Variabel Penelitian

Alat ukur yang digunakan dari masing- masing variabel penelitian ini Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) dalam Tjiptono (2006) meliputi:

a. Variabel langsung atau fisik X_1 (*tangible*) yaitu penampilan fisik, peralatan, personil, dan media komunikasi.

Indikatornya sebagai berikut:

1. Fasilitas langsung yang memadai (gedung, ruang tunggu)
2. Alat komunikasi untuk menginformasikan jasa yang di sediakan.
3. Memiliki peralatan dan perlengkapan yang berteknologi canggi dan modern.
4. Penampilan pegawai yang rapih dan bersih.

b. Variabel kehandalan X_2 (*reliability*) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang disajikan dengan tepat dan percaya.

Indikatornya sebagai berikut:

1. Selalu siap membantu dan tanggap dalam mengatasi masalah yang dihadapi konsumen.
2. Menyediakan Jasa (pelayanan informasi konsumen).
3. Menyelesaikan layanan sesuai dengan waktunya.
4. Selalu menjaga agar tidak terjadi kesalahan pada pelayanan konsumen.
5. Memberikan pelayan yang tepat pada saat pertama masuk.

- c. Variabel daya tanggap X_3 (*resvonsiveness*) yaitu keinginan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin.

Indikatornya sebagai berikut:

1. Memberikan pelayanan secepat mungkin kepada konsumen.
2. Tidak pernah merasa sibuk demi melayani permintaan konsumen.
3. Memberikan kepastian kepada konsumen kapan pelayanan diberikan.
4. Selalu berkeinginan untuk siap sedia membantu konsumen.

- d. Variabel kepastian X_4 (*assurance*) yaitu pengetahuan dan sopan santun para pegawai serta kemampuan menumbuhkan rasa percaya diri konsumen.

Indikatornya sebagai berikut:

1. Menumbuhkan rasa percaya kepada konsumen.
2. Mempunyai pengetahuan dan cakap dalam menjawab pertanyaan konsumen.
3. Selalu bersikap sopan dan ramah dalam melayani konsumen.
4. Konsumen merasa aman ketika menggunakan jasa layanan dan perawatan.

- e. Variabel empaty X_5 (*empathy*) yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan konsumen.

indikatornya sebagai berikut:

1. Komunikasi dengan bahasa yang mudah dimengerti konsumen.
2. Pegawai mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen yang lebih detail.
3. Selalu menyediakan jam layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen.
4. Mengerti kebutuhan konsumen
5. Memberikan perhatian yang lebih kepada konsumen.

- F. Loyalitas Pengguna jasa (Y)

indikatornya sebagai berikut:

1. Keinginan melanjutkan hubungan.
2. Keinginan merekomendasikan.
3. Kecenderungan beralih
4. Informasi positif dari mulut ke mulut

Untuk mengukur variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert, dengan alternatif jawaban:

1. Sangat setuju (SS) atau sangat puas (SP) skor 5
2. Setuju (S) atau puas (P) skor 4

3. Netral (N) skor 3
4. Tidak setuju (TS) atau tidak puas (TP) skor 2
5. Sangat tidak setuju atau sangat tidak puas (STP) skor 1

f. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan dengan cara menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan skor total yaitu dengan menggunakan nilai *r product moment*. Menurut Jogiyanto (2007), validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor, dengan nilai *factor loading* $> 0,5$. Jika nilai Sig lebih kecil dari 5% maka item pertanyaan dinyatakan valid dan sebaliknya jika nilai sig lebih besar dari 5% maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid (singarimbun dan Effendi, 1955:53).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk menentukan apakah suatu instrument dapat mengukur sesuatu secara koefisien dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika masing-masing pertanyaan dijawab responden secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu kuesioner dikatakan

handal jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,600 (Ghozali, 2001). Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *crobach alpha*, yang menggunakan rumus

$$r = \frac{k}{k - 1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

Dimana:

r = koefisien reliabilitas yang dicari

k = jumlah butir pertanyaan (soal)

σ_i^2 = Varian butir pertanyaan (soal)

σ^2 = Varian skor test

G. Uji Hipotesis dan Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan utama atau pengujian hipotesis dalam penelitian ini

1. Regresi berganda

Metode analisis data dengan menggunakan regresi berganda, untuk mengetahui pengaruh antara variabel yaitu loyalitas konsumen sebagai variabel dependen dan variabel independen/ bebas yaitu dimensi pelayanan jasa meliputi *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan

empathy (empati). Model analisis data dapat dilihat sebagai berikut (Alni dkk, 2007: 248):

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

Y	=	Loyalitas Pengguna Jasa
a	=	Nilai Konstanta
b ₁	=	Koefisien regresi variabel <i>tangible</i>
b ₂	=	Koefisien regresi variabel <i>reliability</i>
b ₃	=	Koefisien regresi variabel <i>resvonsiveness</i>
b ₄	=	Koefisien regresi variabel <i>assurance</i>
b ₅	=	Koefisien regresi variabel <i>empathy</i>
X ₁	=	<i>Tangible</i>
X ₂	=	<i>Reliability</i>
X ₃	=	<i>Resvonsiveness</i>
X ₄	=	<i>Assurance</i>
X ₅	=	<i>Empathy</i>
e	=	<i>standar error</i>

2. Uji F (F test)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan atau tidak antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Dengan menggunakan taraf signifikan 5%.

Kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. H_A diterima apabila, $\text{Sig } F > 5\%$

Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari semua variabel independen terhadap variabel dependen.

- b. H_0 ditolak apabila, $\text{Sig } F < 5\%$

Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari semua variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Uji Parsial

Uji parsial dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen secara parsial dengan taraf signifikan yang digunakan 5%. Uji t adalah pengujian secara statistik yang telah dipergunakan secara luas dalam regresi untuk menguji hipotesis yang koefisiennya berbeda nyata dari nol.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah koefisien yang digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara dua variabel yaitu variabel dependen dan independen