

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Menurut Arikunto (2016) objek penelitian adalah variabel penelitian yaitu suatu yang merupakan inti dari problematika penelitian. Sedangkan benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat dan dipermasalahkan disebut objek. Objek dalam penelitian ini adalah Toko Emas Semar Nusantara.

Subjek penelitian menurut Arikunto (2016) memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan. Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian mempunyai peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian, itulah data tentang variabel penelitian yang diamati. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah informan kunci, yaitu konsumen Toko Emas Semar Nusantara.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Analisis kuantitatif merupakan metode analisis dengan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif ini dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan alat analisis statistik. Pengolahan data dengan analisis kuantitatif melalui beberapa tahap.

Sumber data primer adalah data yang digunakan dalam penelitian ini. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden toko emas Semar Nusantara. Data primer yang terdapat dalam penelitian ini merupakan hasil

penyebaran kuisioner pada sampel yang telah ditentukan (konsumen yang pernah membeli di Toko Emas Semar Nusantara) berupa data mentah untuk mengetahui respon dari responden tentang kualitas layanan dan citra merek.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sekaran (2014), sampel merupakan bagian dari populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan oleh penulis adalah metode *Non-Probability Sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sekaran (2014) *Non-Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode yang terbatas pada tipe-tipe orang yang dapat memberikan informasi yang diperlukan, hal tersebut dapat dikarenakan hanya tipe orang tertentu yang memiliki informasi atau tipe orang yang cocok terhadap kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan tidak random. Melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan peneliti.

. Hair *et al* (2012) juga mengemukakan bahwa ukuran sampel yang sesuai berkisar antara 100-200 responden. Untuk itu jumlah sampel akan ditentukan berdasarkan hasil perhitungan minimum. Penentuan jumlah sampel minimum menurut Hair *et al* (2012) adalah tergantung dari jumlah indicator dikali 5-10. Berdasarkan pedoman tersebut, maka jumlah sampel minimum untuk penelitian ini adalah $7 \times 18 = 126$ responden. Pada penelitian ini jumlah sampel 126 responden yang dirasakan sudah cukup untuk mewakili populasi.

Kriteria yang sudah ditentukan peneliti, yaitu :

1. Responden merupakan pelanggan Toko Emas Semar Nusantara Yogyakarta.
2. Responden merupakan pelanggan yang sudah melakukan pembelian minimal 2 kali di Toko Emas Semar Nusantara Yogyakarta.
3. Responden merupakan pelanggan yang sudah berusia di atas 18 tahun.

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sekaran (2014), teknik pengumpulan merupakan bagian integral dari desain penelitian untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian. Guna memperoleh data yang lengkap untuk melakukan penelitian ini, maka diadakan pengumpulan data melalui peninjauan langsung pada perusahaan agar memperoleh data primer dan informasi penting melalui kuisisioner. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan membagikan beberapa pertanyaan maupun pernyataan secara tertulis kepada responden untuk memberikan jawabannya.

Dalam hal ini penulis menyebarkan kuisisioner kepada konsumen untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Emas Semar Nusantara. Penelitian ini menggunakan Google Docs Form sebagai media dalam melakukan penyebaran kuisisioner. Responden yang dipilih adalah konsumen yang telah melakukan pembelian di Toko Emas Semar Nusantara.

Penentuan nilai jawaban untuk setiap pertanyaan menggunakan metode *skala Likert*. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau suatu kelompok mengenai fenomena tertentu. Dengan

menggunakan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan dari suatu dimensi dijabarkan menjadi indikator yang dapat diukur.

E. Definisi Operasional Variabel

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.

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, yang menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *kualitas layanan dan citra merek*.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya.

Definisi Operasional Variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasional variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel. 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Kualitas Layanan (X1)	Menurut Tjiptono(2011), Kualitas layanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan. (<i>tangibles</i>) 2. Penampilan petugas/aparatur dalam melayani pelanggan. (<i>tangibles</i>) 3. Petugas dapat dipercaya. (<i>realibility</i>) 4. Kecermatan petugas dalam melayani (<i>realibility</i>) 5. Merespon setiap pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan (<i>responsiveness</i>) 6. Semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas (<i>responsiveness</i>) 7. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan (<i>assurance</i>) 8. Rasa nyaman yang diberikan oleh petugas 	Zeithaml <i>et al</i> (2013)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
		<p>(<i>assurance</i>)</p> <p>9. Petugas melayani dengan sopan santun (<i>emphaty</i>)</p> <p>10. Petugas dapat berkomunikasi dengan baik. (<i>emphaty</i>)</p>	
Citra Merek (X2)	<p>Menurut Tjiptono (2015) Citra merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Citra merek (Brand Image) adalah pengamatan dan kepercayaan yang dingenggam konsumen, seperti yang dicerminkan di asosiasi atau di ingatan konsumen.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elemen merek mudah di ingat. 2. Merek mudah dikenali oleh konsumen. 3. Perusahaan memiliki reputasi yang baik di benak konsumen. 	Keller (2014)
Keputusan Pembelian (Y)	<p>Menurut Kotler dan Armstrong (2012), Keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan kebutuhan oleh konsumen. 2. Pencarian informasi yang dilakukan oleh konsumen. 3. Evaluasi alternative yang dilakukan oleh 	Kotler & Amstrong (2013)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
	pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain. Faktor kedua adalah faktor situasional yang tidak diharapkan.	konsumen. 4. Keputusan pembelian. 5. Tingkah laku pasca pembelian/ <i>feedback</i>	

Indikator pada tabel 3.2 dapat dijadikan tolak ukur untuk membuat suatu pernyataan yang perlu dijawab oleh responden, dengan pembobotan setiap pertanyaan dapat dijabarkan dalam tabel berikut :

Tabel 3.2
Alternatif Jawaban Responden

Simbol	Alternatif jawaban	Nilai
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pernyataan atau instrumen pada kuesioner mampu untuk menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2015).

Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan metode *Pearson Correlation*, yaitu dengan melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Menurut Ghozali (2015), menyatakan bahwa suatu indikator dapat dikatakan valid apabila memiliki nilai signifikansi $< 0,05$.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk pengukuran sah atau tidaknya suatu kuisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Kuisioner akan dikatakan reliable atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan jawaban akan diujikan secara ulang pada sampel yang berbeda. SPSS adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik. *Cronbach alpha*. Suatu variable akan dikatakan reliable apabila memberikan *Cronbach Alpha* $> 0,06$ (Ghozali, 2015).

G. Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2015) Uji statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui dan memperoleh deskripsi mengenai data yang digunakan dalam penilaian dari nilai rata-rata (mean), standar *deviasi* (*deviation standar*), varian (*variance*), nilai minimum, nilai maksimum, range, dan sebagainya.

2. Regresi Linear Berganda

Analisis Statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linear berganda dengan program SPSS. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variabel X) terhadap (variabel Y), dalam penelitian yang dilakukan ini, analisis regresi linear berganda berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada toko emas Semar Nusantara.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau pengujian simultan ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi $F < \alpha$ (0,05), maka hipotesis diterima, tetapi jika nilai signifikansi $F > \alpha$ (0,05), maka hipotesis ditolak (Ghozali, 2015).

4. Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian melalui uji signifikansi dilakukan dengan menggunakan indikator signifikansi 0,05, jika signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis di terima, namun jika signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis di tolak (Ghozali, 2015).

5. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi adalah nilai yang menunjukkan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependennya. Peneliti dalam melakukan uji determinasi menggunakan nilai *Adjusted R² Square* (ADJ R^2) karena penelitian ini melibatkan lebih dari satu variabel independen (Ghozali, 2015).