

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek/ Subyek Penelitian

Menurut Arikunto (2006) obyek penelitian adalah sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian. Obyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Maxx Coffee* Yogyakarta.

Menurut Arikunto (2006) subyek penelitian adalah benda, hal, atau orang yang datanya untuk variabel penelitian. Subyek dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen *Maxx Coffee* Yogyakarta.

B. Jenis Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer. Data primer merupakan data lapangan yang diperoleh langsung dari orang-orang atau pelaku yang menjadi subyek dalam penelitian ini berupa hasil kuesioner yang dibuat untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui variabel *intervening* kepuasan konsumen.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Sanusi, 2011). Pertimbangan tertentu disini adalah konsumen yang memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Konsumen yang pernah melakukan pembelian terhadap produk *Maxx Coffee* Yogyakarta minimal dua kali untuk mengukur kesan dan loyalitas pelanggan untuk membeli ulang.

2. Laki-laki maupun perempuan yang berusia 17-50 tahun karena pada masa usia itu seseorang telah dianggap dewasa dan dianggap sudah dapat mengambil keputusan.

Jumlah sampel pada penelitian ini adalah sejumlah 110 orang. Menurut Roscoe dalam sugiyono (2008), jumlah sampel ini telah memenuhi persyaratan sampel ideal yang harus dipenuhi dalam alat analisis regresi sederhana ini jika jumlah populasi tidak diketahui dengan jelas yaitu ditentukan dari sepuluh kali jumlah variabel. Jumlah variabel dalam penelitian ini adalah tiga variabel sehingga jika dikalikan sepuluh maka minimal jumlah sampel yang harus diteliti adalah 30. Jadi, sampel berjumlah 110 orang yang diteliti oleh peneliti telah memenuhi syarat yang ditentukan minimal (Sugiyono, 2008).

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang telah disiapkan dimana responden dapat memilih jawaban yang sesuai dengan persepsinya (pertanyaan tertutup), yaitu pertanyaan yang telah disediakan alternatif jawabannya, sehingga responden hanya diberi kesempatan untuk memilih satu dan beberapa alternatif jawaban yang disediakan. Untuk memudahkan responden menjawab maupun pada saat proses analisis data, maka alternatif jawaban dibangun untuk skala *interval* berdasarkan skala likert 5 (lima) jenjang (Ghozali, 2012). Jawaban disajikan menggunakan skala likert sebagai berikut:

Tabel 3.1.
Simbol dan Skor Kuesioner

No	Jawaban	Simbol	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Jawaban sangat setuju menunjukkan bahwa skor responden yang semakin tinggi sehingga menunjukkan kualitas produk, loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen yang semakin membaik. Demikian juga dengan setuju, netral, tidak dan sangat tidak setuju merupakan ukuran variabel yang diteliti pada obyek penelitian. Untuk mengukur sebuah variabel yang terdiri dari beberapa indikator, maka nilai atau skor variabel tersebut adalah hasil penjumlahan skor-skor indikatornya atau rata-rata dari skor indikatornya.

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Arikunto, 2006). Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu variabel bebas (X), variabel terikat (Y) dan variabel *intervening* (Z)

1. Variabel bebas/ *independent* variabel (X)

Variabel bebas pada penelitian ini adalah kualitas produk. Indikator kualitas produk menurut Gaspersz (2008) adalah sebagai berikut:

- a. Kesesuaian dengan spesifikasi
- b. Keistimewaan

- c. Estetika
- d. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*)

2. Variabel terikat/ *dependent* variabel (Y)

Variabel terikat pada penelitian ini adalah loyalitas konsumen. Indikator loyalitas konsumen menurut Denga, Lu, Wei, and Zhang (2010) adalah sebagai berikut:

- a. Kesesuaian dengan Penggunaan secara terus menerus pada suatu penyedia layanan tertentu
- b. Merekomendasikan suatu penyedia layanan tertentu pada orang lain \
- c. Kesetiaan pada suatu penyedia layanan tertentu

3. Variabel *intervening* (Z)

Variabel *intervening* pada penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Indikator kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2008) dan Kotler dan Keller (2009) adalah sebagai berikut:

- a. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectatiton*)
- b. Minat pembelian ulang
- c. Ketidakpuasan konsumen

F. Uji Instrumen (Uji Kuesioner)

Kuesioner atau instrumen pengukur harus memenuhi dua syarat, yaitu valid dan reliabel untuk membuktikannya digunakan beberapa alat uji yaitu :

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2012) uji validitas dipergunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Dalam penelitian ini uji validitas yang

digunakan adalah uji validitas untuk validitas konstruk (*construct validity*) yang menunjukkan seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan ukuran cocok dengan teori yang mendasari desain tes (Sekaran, 2011). Dikatakan valid jika signifikan (α) < 5% atau < 0,05 (Sekaran, 2011).

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2012) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Indikator pertanyaan dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* > 0,6 (Sekaran, 2011).

G. Analisis Data

Untuk dapat menjawab pertanyaan dan membuktikan hipotesis dalam penelitian ini, maka data yang telah terkumpul dari kuisisioner diolah dengan cara ditabulasi selanjutnya dianalisis. Analisa data yang akan dilakukan meliputi pengujian kuesioner, mendiskripsikan data penelitian dan menguji hipotesis yang terdapat dalam penelitian. Dari analisa data akan diberi ulasan (keterangan) atau pembahasan atas hasil analisis tersebut, sehingga angka-angka akan mempunyai makna. Sesuai dengan tujuan analisis data di atas maka alat yang digunakan adalah:

1. Analisis regresi

Dalam Soemantri (2011) menyatakan bahwa regresi linear sederhana bertujuan untuk mempelajari hubungan linear antara dua variabel. Menurut

Sugiyono (2011) dinyatakan bahwa regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal suatu variabel independen dan suatu variabel dependen.

a. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen Ghozali, (2012).

Pengambilan keputusan pada dan uji statistik t dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikannya pada taraf 0,05. Jika nilai signifikannya $> 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sedangkan jika nilai signifikannya $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Variabel *intervening* (mediasi) menurut tuckman (dalam Sugiyono, 2011). Variabel *intervening* adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara variabel independen dengan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.

Untuk melihat pengaruh dari variabel *intervening* dalam penelitian ini digunakan analisis regresi secara bertahap, artinya analisis regresi dilakukan dengan cara menganalisis antara variabel independen terhadap variabel

intervening kemudian menganalisis variabel *intervening* terhadap variabel dependen dan variabel independen terhadap variabel dependen.