

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek/Subyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan obyek penelitian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2009 dan 2010 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

B. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden penelitian. Data primer diperoleh dengan cara memberikan sejumlah daftar pertanyaan (kuisisioner)

C. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel terdiri dari sebagian anggota yang terpilih dari populasi. Sebagian dan bukan semua elemen dari sesuatu populasi akan membentuk sampel (Kurnianto, 2009). Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu pemilihan elemen dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel.

Temuan studi pada sampel yang digunakan tidak dapat digeneralisasi kepopulasi. Jenis *non-probability sampling* yang digunakan adalah

convenience sampling, yaitu mengumpulkan informasi dari anggota populasi yang mudah tersedia untuk memberikan informasi kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 sudah representatif untuk kebanyakan penelitian survey (Sekaran, 2006).

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2009 dan 2010 di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dimana menurut informasi yang diberikan oleh bagian TU Ekonomi jumlah mahasiswa mencapai 772 orang. Dengan demikian populasi dalam penelitian ini adalah 772 orang. Sampel diambil dengan menggunakan rumus slovin (Umar 2004) yaitu:

$$n = N/(1+Ne^2)$$

Dimana: n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = Standar error (10%)

Sehingga jumlah sampel menjadi:

$$\begin{aligned} n &= 772/(1+772 \times 0,1^2) \\ &= 88,53 \end{aligned}$$

dalam penelitian ini jumlah sampel dibulatkan menjadi 89 orang.

D. Teknik Pengumpulan Data

Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah kuesioner yang berisi sejumlah daftar pertanyaan tertulis, dimana responden diminta untuk menjawab atau memberikan tanggapan sesuai dengan persepsi mereka terhadap indikato-indikator penelitian. Instrumen penelitian disusun berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan dan kemudian dikembangkan menjadi item-item pertanyaan.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan tiga variabel independent yaitu keadilan, penghargaan dan sentuhan akhir. Sedangkan variabel dependent pada penelitian ini adalah loyalitas konsumen.

Definisi operasional variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Definisi Variabel Penelitian.

a. Variabel Independen (bebas).

Variabel bebas adalah kesenangan konsumen (X) yang memiliki beberapa sub-variabel, yaitu:

- 1) Keadilan (X_1), yaitu suatu kondisi dimana konsumen merasa mendapatkan perlakuan yang adil dan jujur ketika melakukan transaksi dengan perusahaan, replikasi dari Edward (2002).

Indikator-indikator yang digunakan adalah:

- a) Memberikan informasi pendidikan jasa yang jelas dan benar.

- b) Kebersihan fakultas ekonomi yang terjaga dan rapih.
 - c) Pendidikan jasa yang berkualitas.
 - d) Harga yang terjangkau oleh pelanggan.
 - e) Harga yang sesuai dengan fasilitas dan pelayanan.
 - f) Memberikan atau menyediakan ilmu pendidikan bagi mahasiswa/i.
- 2) Penghargaan (X_2) adalah suatu kondisi dimana konsumen merasa mendapatkan pelayanan yang sangat baik dari perusahaan, sehingga menimbulkan perasaan "diistimewakan". Indikator-indikatornya adalah:
- a) Pegawai dan dosen yang ramah dan cekatan.
 - b) Selalu mencari tahu opini mahasiswa/i.
 - c) Transaksi pembayaran yang cepat dan teliti.
 - d) Suasana fakultas ekonomi yang sangat nyaman.
 - e) Fasilitas yang lengkap dan memadai.
- 3) Sentuhan akhir (X_3) merupakan kondisi dimana konsumen merasa mendapatkan pelayanan atau fasilitas yang tidak pernah ia duga sebelumnya. Indikator-indikator yang digunakan adalah:
- a) Program penghargaan (*reward*) kepada mahasiswa yang berprestasi.
 - b) Membangun kepercayaan konsumen.
 - c) Konsumen mendapat sesuatu lebih dari yang diharapkan.

b. Variabel Dependen (terikat).

Variabel terikat adalah loyalitas konsumen (Y) yang memiliki beberapa indikator yaitu:

- 1) Mahasiswa/i selalu setia dengan fakultas ekonomi.
- 2) Mereferensikan kepada orang lain.
- 3) Menjadi mahasiswa/i UMY adalah pilihan yang tepat.
- 4) Mahasiswa/i tidak ingin pindah ke fakultas lain.

Sumber: Raharso (2005), diolah

2. Alat Ukur Variabel Penelitian.

Proses pengolahan data pada penelitian ini menggunakan skala likert, sebagai alat untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan di uji, pada setiap jawaban akan diberi skor (Sugiyono, 2006). Pengukuran dengan skala likert dilakukan dengan pembagian jawaban sebagai berikut:

Sangat Setuju	(SS)	: diberi skor 5
Setuju	(S)	: diberi skor 4
Netral	(N)	: diberi skor 3
Tidak setuju	(TS)	: diberi skor 2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	: diberi skor 1

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas.

Uji validitas dan reliabilitas kuisisioner dilakukan untuk menguji apakah kuisisioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur, dan reliabel berarti bila instrumen tersebut digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, maka akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2006).

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat validitas (keabsahan) kuesioner yang diberikan kepada responden. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 13.00. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut (Kuncoro, 2003):

- 1) Jika $p \text{ value} \leq \text{sig } 0,05$ maka butir tersebut valid.
- 2) Jika $p \text{ value} > \text{sig } 0,05$ maka butir tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas.

Menurut Arikunto (2006) reliabilitas merupakan sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Kuesioner dinyatakan reliabel apabila kuesioner memberikan hasil yang konsisten jika digunakan secara berulang kali dengan asumsi saat pengukuran tidak berubah, untuk perhitungan ini dapat menggunakan program statistik SPSS versi 13.00. Dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* $> 0,6$.

G. Uji Hipotesis dan Analisa Data

1. Analisis Deskriptif.

Analisis deskriptif dalam penelitian ini merupakan uraian atau penjelasan dari hasil pengumpulan data yang kemudian disusun dan dianalisis sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai obyek penelitian.

2. Analisis Kuantitatif.

Analisis kuantitatif adalah teknik analisis data dengan menggunakan statistik (Sugiyono, 2006). Peneliti menganalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa erat hubungan antara variabel terikat Y (loyalitas konsumen) terhadap variabel bebas X (kesenangan konsumen) dengan ikut memperhitungkan nilai-nilai variabelnya seperti keadilan (X_1), penghargaan (X_2) dan sentuhan akhir (X_3). Analisis ini akan di bantu dengan bantuan program SPSS 13.

a. Regresi Linier Berganda.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 13.00. Analisis ini digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel terikat Y (loyalitas konsumen) terhadap variabel bebas X (kesenangan konsumen) dengan ikut memperhitungkan nilai-nilai variabelnya seperti keadilan (X_1), penghargaan (X_2) dan sentuhan akhir (X_3) baik secara parsial maupun

secara simultan (Sugiyono, 2006). Adapun model persamaan yang digunakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y	= Variabel loyalitas konsumen
a	= Konstanta
b_1, b_2, b_3	= Koefisien regresi
X_1	= Keadilan
X_2	= Penghargaan
X_3	= Sentuhan akhir
e	= <i>Standar error</i>

b. Uji Koefisien Parsial (Uji t).

Tujuan dilakukan pengujian *t test* adalah untuk menguji hipotesis (H1). Pada penelitian ini yaitu keadilan (X_1), penghargaan (X_2), dan sentuhan akhir (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y). Uji t digunakan untuk mengetahui signifikan masing-masing variabel independen dengan variabel dependen dengan taraf signifikan 5% (Algifari, dalam Widiastuti, 2011). Hipotesisnya adalah sebagai berikut:

Ho : tidak ada pengaruh secara individual antara variabel independen (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel dependen (Y).

Ha : ada pengaruh secara individual antara variabel independen (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel dependen (Y).

Kreteria pengujian:

1. Jika probabilitas $>$ dari tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Ini berarti variabel bebas (keadilan, penghargaan dan sentuhan akhir) secara parsial tidak berpengaruh pada variabel terikat (loyalitas konsumen).
2. Jika probabilitas \leq dari tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti variabel bebas (keadilan, penghargaan dan sentuhan akhir) secara parsial berpengaruh pada variabel terikat (loyalitas konsumen).
3. Pengambilan Keputusan
Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai *p-value*. Jika *p-value* kurang dari tingkat signifikansi yang ditentukan ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

c. Uji Hipotesis Serentak (Uji F).

Uji F adalah uji yang digunakan untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh variabel bebas (keadilan, penghargaan dan sentuhan akhir) secara keseluruhan terhadap variabel terikat (loyalitas konsumen). Nilai probabilitas F_{hitung} (sig F) dengan F_{hitung} tingkat signifikan ($\alpha = 0,05$). Ketentuan kriteria pengujian yang digunakan dalam menguji F_{hitung} adalah sebagai berikut:

1. Jika probabilitas $>$ dari tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Ini berarti variabel bebas (keadilan, penghargaan dan sentuhan akhir) secara serempak tidak berpengaruh pada variabel terikat (loyalitas konsumen).
2. Jika probabilitas \leq dari tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti variabel bebas (keadilan, penghargaan dan sentuhan akhir) secara serempak berpengaruh pada variabel terikat (loyalitas konsumen).

3. Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai *p-value*. Jika *p-value* kurang dari tingkat signifikansi yang ditentukan ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen.

d. Pengujian Koefisien Determinan (R^2).

Pengujian koefisien determinan digunakan untuk mengukur proporsi atau persentase sumbangan variabel bebas yang diteliti yaitu kesenangan konsumen yang terdiri dari keadilan (X_1), penghargaan (X_2) dan sentuhan akhir (X_3) terhadap variasi naik turunnya variabel terikat yaitu loyalitas konsumen. Koefisien determinan berkisar antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Hal ini berarti bila R^2 mendekati 1 menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.