

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek/Subjek Penelitian

Objek adalah atribut, nilai atau sifat dari seseorang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi, dan ditentukan oleh peneliti untuk di teliti dan kemudian ditarik kesimpulan, (Sugiyono, 2012). Objek yang diambil dalam penelitian ini adalah Java Market Yogyakarta, sedangkan subjek dari penelitian ini adalah keseluruhan konsumen dari Java Market Yogyakarta.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti dengan variabel yang ditentukan untuk tujuan studi, (Sekaran, 2011). Data primer yang dipakai dalam penelitian ini adalah data-data dari kuesioner yang secara langsung diisi oleh responden yaitu pembeli di Java Market Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2010) data kuantitatif adalah data yang dapat dihitung dan diukur secara langsung yang dinyatakan dalam bentuk bilangan atau angka.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik sampling yang didasarkan atas pertimbangan tertentu dengan tujuan untuk memperoleh sampling yang memiliki karakteristik yang diharapkan peneliti (Sugiyono, 2010). Menurut (Sekaran,

2011) ukuran sampel yang tepat antara lebih dari 30 dan kurang dari 500. Maka jumlah sampel yang akan diteliti dengan jumlah 100 responden.

Berdasarkan teori tersebut dan jumlah yang belum diketahui maka kriteria yang penulis gunakan yaitu:

1. Responden pria maupun wanita yang berusia ≥ 17 tahun.
2. Responden yang sudah melakukan pembelian lebih dari satu kali, dan responden yang telah menjadi pelanggan atau telah menikmati jasa dari Java Market lebih dari satu kali.

Dengan berdasarkan kriteria 2 poin diatas diharapkan responden yang akan dijadikan sampel untuk penelitian ini dapat memberikan hasil jawaban yang akurat dan lebih *up to date*.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode survei dengan menyebarkan kuesioner dan pengukuran data menggunakan skala Likert. Kuesioner yang akan disusun merupakan serangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan persepsi Kualitas Pelayanan, persepsi Harga dan lokasi, dan Kepuasan Konsumen. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas (Sekaran, 2011). Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai alat ukur untuk mengukur setiap pertanyaan yang di berikan kepada responden. Dari pertanyaan yang tersedia, responden akan memilih salah satu dari jawaban

yang telah disediakan dalam skala Likert 1–5 untuk mendapatkan data dan dari jawaban-jawaban tersebut akan diberi skor tertentu. Total skor inilah yang akan ditafsir sebagai posisi responden dalam skala Likert. Kriteria dalam pengukuran skornya adalah sebagai berikut:

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

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Gambar 3.1

Definisi Operasional Variabel

NO	VARIABEL	DEFINISI OPERASIONAL	INDIKATOR
1	Persepsi Kualitas Pelayanan	Upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. (Tjiptono, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Responsive</i> 2. <i>Good service</i> 3. <i>Good skill</i> 4. <i>Informative</i> 5. <i>Modern</i> 6. <i>comfortable</i> (Lovelock dalam Darmawan, 2017)
2	Persepsi Harga	Persepsi harga merupakan kecenderungan konsumen untuk menggunakan harga dalam memberi penilaian tentang kesesuaian manfaat produk. (Kotler, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harga dengan manfaat 2. Lebih rendah dari pesaing 3. Harga terjangkau 4. Kesesuaian harga dengan kualitas produk (Kotler dalam Darmawan, 2017)

NO	VARIABEL	DEFINISI OPERASIONAL	INDIKATOR
3	Lokasi	Lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha (Tjiptono, 2014).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dijangkau transportasi 2. Akses dekat 3. visibilitas 4. tempat parkir luas 5. tempat parkir nyaman (Tjiptono dalam Darmawan, 2017)
4	Kepuasan Konsumen	Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. (Kotler, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. tanggap atas keluhan 2. selalu menerima keluhan 3. informasi sesuai kebutuhan 4. Kualitas lebih utama 5. Memberikan gagasan. (Kotler dalam Darmawan, 2017)

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menyatakan sah atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2011). Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan yang terdapat di dalamnya dapat mengungkapkan sesuatu yang di ukur. Pengujian validitas menggunakan *corelation product moment pearson* dengan program SPSS. Pengujian signifikansi dilakukan dengan menggunakan r tabel 0,05 dengan uji 2 sisi. Menurut pendapat (Sekaran, 2011) dikatakan valid jika nilai signifikan $<\alpha = 0,05$ atau 5 %. Uji validitas diolah dengan menggunakan program SPSS 23 for windows.

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner bisa dikatakan reliabel atau handal jika jawaban dari pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011). Sedangkan menurut (Sekaran, 2011), untuk mengukur stabil atau konsisten tidaknya suatu alat ukur yang digunakan dalam penelitian, maka digunakan pengujian reliabilitas. Menurut (Ghozali, 2011) suatu konstruk dikatakan reliabel atau handal jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 atau = 0,6. Menurut (Sekaran, 2011), indikator yang digunakan untuk pengukuran reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut:

Jika alpha atau r hitung :

- a. 0,8 – 1,0 = Reliabilitas baik
- b. 0,6 – 0,799 = Reliabilitas diterima
- c. Kurang dari 0,6 = Reliabilitas ditolak

Untuk mengukur reliabilitas alat ukur atau kuesioner penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* dengan bantuan program SPSS 23 for windows.

G. Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda yang dioperasikan melalui program SPSS.

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Usman dan Akbar (2006) mengatakan bahwa analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan pengaruh dua atau lebih variabel independen (variabel bebas) terhadap satu variabel dependen

(variable terikat) atau untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional antara dua buah variabel bebas atau lebih dengan sebuah variabel terikat. Persamaan regresi linear berganda dalam peneliian ini sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + e$$

Keterangan : Y = Kepuasan konsumen

a = Konstanta regresi/titik potong sumbu Y

b₁ = Koefisien regresi variabel bebas 1

b₂ = Koefisien regresi variabel bebas 2

b₃ = Koefisien regresi variabel bebas 3

X₁ = Persepsi Kualitas Pelayanan

X₂ = Persepsi Harga

X₃ = Lokasi

e = 0

2. Uji Kelayakan Model (Uji Statistik F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variable dependen/terikat. Dengan Uji F maka dapat diketahui apakah persepsi kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi benar-benar berpengaruh secara simultan bersama-sama terhadap variabel kepuasan konsumen. Kriteria pengujian dengan melihat probabilities values: (1) Jika probabilitas F

hitung $> 0,05$, artinya variabel independen secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. (2) Jika probabilitas F hitung $< 0,05$, artinya variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

3. Uji Parsial (Uji Statistik t)

Uji hipotesis dalam penelitian ini adalah Uji t. Menurut (Sugiyono, 2010) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Jadi singkatnya uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing dari variabel. Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara parsial dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%.

4. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan adalah nilai yang menunjukkan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependennya. Dalam penelitian ini menggunakan nilai Adjusted R^2 Square (ADJ R^2) karena melibatkan lebih dari satu variabel independen. Nilai koefisien determinan berada antara 0 dan 1. Menurut (Ghozali, 2011) nilai yang kecil artinya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya terbatas, sedangkan nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.