

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di *Shoes and Care* Boediman yang merupakan cabang kedua yang ada di kota Yogyakarta. Sasaran yang dituju dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa *shoes treatment* maupun *shoes clean* di *Shoes and Care* Boediman Yogyakarta. Selain itu pelanggan yang pernah menggunakan jasa di *Shoes and Care* Boediman yang sedang tidak berada di lokasi tersebut juga menjadi sasaran penelitian.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi ialah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat semesta penelitian Ferdinand (2006: 223). Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna jasa di *Shoes and Care* Boediman Yogyakarta. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi. Karena jumlah pelanggan yang pernah menggunakan jasa pada *Shoes and Care* Boediman Yogyakarta

banyaknya tidak diketahui pasti, maka menggunakan rumus menurut Widiyanto (2008), yaitu:

$$n = \frac{Z^2}{4 (moe)^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,1)^2}$$

$$n = 96.04$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Nilai Z dengan tingkat keyakinan yang dibutuhkan penentuan sampel persen. Pada $\alpha = 5\%$, $Z = 1.96$

Moe = Margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, biasanya 10 % .

Widiyanto (2008) mengatakan bahwa jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden dengan penentuan sampel. Jumlah responden sebanyak 100 orang tersebut dianggap sudah representative karena sudah lebih besar dari batas minimal sampel. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *non probably sampling*, dengan teknik *Purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2001), yaitu konsumen yang pernah menggunakan jasa pada *Shoes and Care* Boediman Yogyakarta dengan batasan paling lama tiga bulan terakhir yang bisa menjadi sampel dalam penelitian.

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas terdiri dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah :

- Y_1 : Kepuasan Konsumen
- Y_2 : Minat Pembelian Ulang

1. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan. Menurut Parasuraman *et al.* (1998) *service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Parasuraman *et al.* (1998) menyederhanakan dimensi kualitas pelayanan menjadi lima yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

a. *Tangible*

Tangible atau bukti fisik adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Dalam penelitian ini meliputi fasilitas fisik dan sarana prasarana yang tersedia. Diukur dengan indikator sebagai berikut :

- 1) *Shoes and Care* Boediman Yogyakarta memiliki ruang tunggu yang nyaman
- 2) *Shoes and Care* Boediman Yogyakarta memiliki kemudahan tempat / lokasi untuk di cari

b. *Reliability*

Reliability atau keandalan adalah perwujudan layanan yang dijanjikan dan pelaksanaannya. Dalam penelitian ini meliputi kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap sesuai dengan yang telah dijanjikan kepada konsumen. Diukur dengan indikator :

- 1) Pelayanan yang diberikan *Shoes and Care* Boediman Yogyakarta tepat waktu
- 2) Karyawan *Shoes and Care* Boediman Yogyakarta dapat diandalkan dalam menangani masalah layanan konsumen

c. *Responsiveness*

Responsiveness atau daya tanggap adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif). Diukur dengan indikator :

- 1) Karyawan *Shoes and Care* Boediman Yogyakarta menanggulangi keluhan konsumen dengan cepat dan tepat
- 2) Karyawan *Shoes and Care* Boediman Yogyakarta bersedia memberikan saran dan tips kepada konsumen

d. *Assurance*

Assurance atau jaminan mencakup pengetahuan dan keramahan para karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Diukur dengan indikator :

- 1) Karyawan *Shoes and Care* Boediman Yogyakarta profesional
- 2) *Shoes and Care* Boediman Yogyakarta memiliki jaminan berupa garansi

e. *Emphaty*

Emphaty yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang *diberikan* kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Diukur dengan indikator :

- 1) Karyawan *Shoes and Care* Boediman Yogyakarta *Shoes and Care* Boediman Yogyakarta bersikap ramah kepada konsumen
- 2) Karyawan *Shoes and Care* Boediman Yogyakarta berusaha mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen dan minat pembelian ulang.

a. Kepuasan Konsumen (Y_1)

Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan

dalam hubungan dan harapannya (Kotler, 2001). Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

1) Kesesuaian harapan, diukur dengan indikator :

- Karyawan memberikan pelayanan yang baik
- Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan

2) Minat Berkunjung Kembali, diukur dengan indikator :

- Konsumen berminat berkunjung kembali karena produk dan fasilitas penunjang yang dipakai memberikan hasil garapan yang memuaskan

3) Kesiediaan merekomendasikan, diukur dengan indikator :

- Konsumen bersedia menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa pada *Shoes and Care Boediman Yogyakarta* karena pelayanan yang memuaskan
- Konsumen menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa pada *Shoes and Care Boediman Yogyakarta* karena peralatan dan fasilitas penunjang yang disediakan memadai

b. Minat Pembelian Ulang (Y_2)

Hellier (2003) dalam Ariasih (2010), menjelaskan niat pemakaian ulang (RI) didefinisikan sebagai seberapa jauh keinginan pelanggan untuk kembali menggunakan produk terkait dengan tingkat konsumsi sama atau lebih dari sebelumnya.

Menurut teori Yi dan Suna dalam jurnal Sahin *et al.* (2012) diukur dengan dua indikator yaitu *Repeat purchase intention* dan *Repurchase probability*. Diukur dengan indikator:

- Konsumen berniat untuk menggunakan jasa ulang pada *Shoes and Care Boediman Yogyakarta*
- Terdapat kemungkinan bagi konsumen untuk melakukan pembelian jasa ulang pada *Shoes and Care Boediman Yogyakarta*
- Jika konsumen berniat untuk melakukan *shoes clean* atau *shoes treatment*, maka *Shoes and Care Boediman Yogyakarta* adalah tempat yang dipilih

3.4 Metode Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden, yaitu konsumen yang pernah menggunakan jasa pada *Shoes and Care Boediman Yogyakarta*. Pengumpulan data yang dilaksanakan dengan cara menyebarkan sejumlah pertanyaan dalam bentuk angket kepada responden, dimana dalam penelitian ini digunakan pertanyaan terbuka, misalnya menanyakan nama, tempat tinggal, dan usia responden dan juga pertanyaan yang bersifat tertutup kepada responden yang dilengkapi dengan berbagai alternatif jawaban yang digunakan untuk mengetahui seberapa

tinggi tingkat kesesuaian jawaban menurut subjek. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner dengan skala likert yang pada masing-masing jawaban diberikan skor sebagai berikut:

- a. Jawaban Sangat Setuju dengan skor 5
- b. Jawaban Setuju dengan skor 4
- c. Jawaban Netral dengan skor 3
- d. Jawaban Tidak Setuju dengan skor 2
- e. Jawaban Sangat Tidak Setuju dengan skor 1

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dengan penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini antara lain berbagai studi kepustakaan yaitu pengumpulan data yang diperoleh melalui buku-buku dan karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian.

3.5 Alat Pengumpulan Data

Alat dalam penelitian ini adalah respon atau tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan serta variabel yang memiliki pengaruh terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Shoes and Care* Boediman Yogyakarta dengan cara membagikan kuesioner. Bentuk pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan tertutup berdasarkan dimensi kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan minat pembelian ulang jasa pada *Shoes and Care* Boediman Yogyakarta.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada konsumen yang pernah menggunakan jasa pada *Shoes and Care* Boediman Yogyakarta yang sedang berada di lokasi tersebut maupun tidak berada di lokasi. Kemudian peneliti menunggu hingga kuesioner terisi oleh responden.

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Dalam memberikan suatu instrumen, perlu dipastikan bahwa instrumen tersebut layak untuk digunakan sebagai alat ukur dengan menguji validitasnya terlebih dahulu. Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahan suatu instrumen.

Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas yaitu :

1. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ table}$, maka variabel tersebut valid.
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ table}$, maka variabel tersebut tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2006). Reliabilitas dalam penelitian ini diukur melalui perhitungan SPSS dengan uji statistik *Cronbach Alpha*, variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 (Ghozali, 2006).

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi variabel terkait dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2006). Salah satu cara untuk melihat normalitas adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi data dikatakan normal jika ada penyebaran titik-titik disekitar garis diagonal dan penyebaran mengikuti arah diagonal.

2. Uji Multikolinearitas

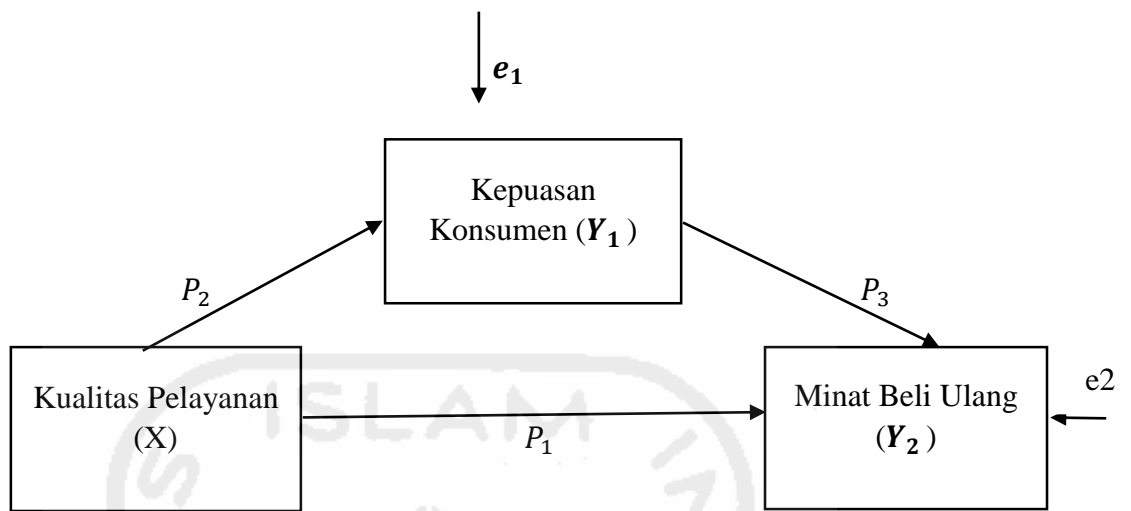
Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam satu model. Selain itu bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Suatu model regresi dikatakan bebas dari masalah multikolinearitas jika korelasi antar variabel independennya mendekati 0,5. Selain itu dapat diketahui melalui besaran VIF, dimana jika nilai $VIF < 10$, maka model regresi bebas multikolinearitas (Ghozali, 2006).

3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dilakukan uji asumsi heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah kesalahan pengganggu/residual dari suatu model regresi tidak memiliki varians konstan dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan suatu model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas adalah jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.2 Analisis Jalur

Untuk menganalisis data pada penelitian ini digunakan teknik analisis jalur (*path analysis*). Uji jalur (*Path*) adalah alat analisis statistik untuk menguji eksistensi variabel antara terhadap hubungan antara variabel X dan Y (Bungin, 2009). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antara variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2005). Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah kualitas layanan (X), sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen (Y_1) dan minat pembelian ulang (Y_2). Alur penelitian dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 1.2 Analisis Jalur

Model analisis regresinya adalah :

$$Y_1 = \beta_1 X + e_1 \quad (\text{Persamaan 1})$$

$$Y_2 = \beta_2 X + \beta_3 Y_1 + e_2 \quad (\text{Persamaan 2})$$

Keterangan

Y_1 : Kepuasan konsumen

β_1 : Nilai *standardized coefficient* kualitas layanan

e_1 : Varians kepuasan konsumen yang tidak bisa dijelaskan oleh kualitas layanan

β_2 : Nilai *standardized coefficient* kualitas layanan

β_3 : Nilai *standardized coefficient* kepuasan konsumen

e_2 : Varians minat beli yang tidak bisa dijelaskan oleh kualitas layanan dan kepuasan konsumen

Dari persamaan 1 di atas akan memberikan nilai P_2 , dan dari persamaan 2 akan memberikan nilai P_1 dan P_3 .

Dari analisis jalur di atas maka dapat dirumuskan total pengaruh antara kualitas layanan (X) terhadap minat beli ulang (Y_2) sebagai berikut:

Pengaruh langsung X ke $Y_2 = P_1$

Pengaruh tak langsung X ke Y_2 ke $Y_2 = P_2 \times P_3$

Total pengaruh (korelasi X ke Y_2) = $P_1 + (P_2 \times P_3)$

3.8.3 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan hubungan yang diperkirakan secara logis di antara dua atau lebih variabel yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji. Hubungan tersebut diperkirakan berdasarkan jaringan asosiasi yang ditetapkan dalam kerangka teoretis yang dirumuskan untuk studi penelitian. Dengan menguji hipotesis dan menegaskan perkiraan hubungan, diharapkan bahwa solusi dapat ditemukan untuk mengatasi masalah yang dihadapi (Sekaran, 2006). Dalam analisis jalur nilai yang digunakan adalah nilai *standardized coefficient*. Untuk mengetahui ada tidak pengaruh maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

Nilai $\text{sig} < 0,05$: H_0 ditolak

Nilai $\text{sig} > 0,05$: H_a diterima