

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di dealer motor Yamaha yang berada di Yogyakarta. Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah mereka yang pernah berkunjung dan membeli motor Yamaha.

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2010: 80) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau obyek tersebut. Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada dealer motor Yamaha.

Sampel menurut Sugiyono (2010: 81) adalah “Sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan harus bersifat representatif atau mewakili”. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan *simple random sampling*, yaitu “Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data luas (Sugiyono, 2010: 83)”.

3.3 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

Definisi operasional menurut Suryabrata (2005) adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (diobservasi). Kondisi dapat diamati atau diobservasi ini penting, karena hal yang dapat diamati itu membuka kemungkinan bagi orang lain selain peneliti untuk melakukan hal serupa, sehingga apa yang dilakukan oleh peneliti terbuka untuk diuji kembali oleh orang lain. Adapun batasan operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kualitas Layanan (X1)	Derajat kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan yang sama dengan harapan para konsumen	a. Bukti fisik (<i>tangible</i>) b. Keandalan (<i>reliability</i>) c. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) d. Jaminan (<i>assurance</i>) e. Empati (<i>empathy</i>)
Citra Merek (X2)	Sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat dibenak konsumen	a. Kekuatan (<i>Strength</i>) b. Keunikan (<i>Uniqueness</i>) c. <i>Favourable</i>
Kepuasan Konsumen (Y1)	Hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk.	a. Keberadaan (<i>availability</i>) b. Ketanggapan (<i>responsiveness</i>) c. Menyenangkan (<i>convenience</i>) d. Tepat waktu (<i>time liness</i>).
Loyalitas Konsumen (Y2)	Sesuatu perilaku pembelian pengulangan yang telah menjadi kebiasaan yang telah ada keterkaitan dan keterlibatan tinggi pada pilihannya terhadap obyek tertentu, dan bercirikan dengan ketiadaan pencarian informasi eksternal dan evaluasi alternatif.	a. <i>Repeat Purchase</i> (kesetiaan terhadap pembelian produk) b. <i>Retention</i> (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan) c. <i>Referrals</i> (merefereasikan secara total esistensi perusahaan).

3.4 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian, data memegang peranan penting yaitu sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan penelitian. Penelitian harus mengetahui jenis data apa saja yang diperlukan dan bagaimana mengidentifikasi, mengumpulkan, serta mengolah data.

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif yaitu data yang disajikan atau digunakan dalam penelitian ini adalah data berbentuk angka. Adapun data-data kuantitatif yang digunakan disajikan dalam penelitian ini meliputi data karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan, serta data kuantitatif mengenai jawaban responden mengenai variabel-variabel penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal langsung dari responden. Dalam hal ini data diperoleh secara langsung dengan membagi angket kepada konsumen dealer motor Yamaha.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dalam penelitian yang sifatnya melengkapi atau mendukung data primer. Data

sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari literatur-literatur yang berhubungan dengan judul skripsi.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan kuesioner yang disusun dengan menurunkan beberapa indikator yang terkait dengan variabel penelitian. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun *item-item* instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Masing-masing *item* pernyataan menyediakan alternatif pilihan jawaban yang disusun dengan rentang lima skala (1 s/d 5) yang menggambarkan tingkatan kondisi, yakni kategori-kategori tertentu yang mewakili pilihan jawaban responden. Selanjutnya dilakukan pembobotan pada masing-masing alternatif jawaban pada setiap *item* pernyataan yang dipilih oleh responden, yaitu:

- Nilai 5 : Sangat Setuju
- Nilai 4 : Setuju
- Nilai 3 : Ragu-Ragu
- Nilai 2 : Tidak Setuju
- Nilai 1 : Sangat Tidak Setuju

3.5 Uji Instrumen Penelitian

3.5.1 Uji Validitas

Azwar (2011: 5-6) mengatakan bahwa “Validitas berasal dari kata *validity* yang berarti sejauh mana akurasi suatu tes atau skala dalam

menjalankan fungsi pengukurannya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut". Pengukuran dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila menghasilkan data yang secara akurat memberikan gambaran mengenai variabel yang diukur seperti dikehendaki oleh tujuan pengukuran tersebut. Akurat dalam hal ini berarti tepat dan cermat sehingga apabila tes menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran, maka dikatakan sebagai pengukuran yang memiliki validitas rendah. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011: 52). Dalam rangka pengujian validitas instrument, Sugiyono (2010:125) menyatakan bahwa pengujian Validitas Konstruksi (*Construct Validity*), dilakukan dengan prosedur melihat angka *item total correlated* melalui statistik SPSS dengan menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*, dengan taraf signifikansi 5%.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N \{ \sum X^2 - (\sum X)^2 \} \{ N \sum Y^2 - (\sum Y)^2 \}}}$$

Keterangan :

r_{xy}	= koefisien korelasi antara skor <i>item</i> dengan skor total
$\sum XY$	= jumlah perkalian skor <i>item</i> dengan skor total
$\sum X$	= jumlah skor tiap <i>item</i>
$\sum Y$	= jumlah skor total <i>item</i>
N	= jumlah subyek

3.5.2 Uji Reliabilitas

Azwar (2012: 7-8) menyatakan bahwa reliabilitas berasal dari kata *rely* dan *ability*. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (*reliable*). Konsep reliabilitas dalam arti reliabilitas hasil ukur erat berkaitan dengan eror dalam pengambilan sampel (*sampling error*) yang mengacu kepada inkonsistensi hasil ukur apabila pengukuran dilakukan ulang pada kelompok subjek yang berbeda dari suatu populasi yang sama. Pengukuran yang tidak reliabel tentu tidak akan konsisten pula dari waktu ke waktu. Pengujian terhadap *item-item* yang valid alat ukur yang digunakan dengan menggunakan teknik uji reliabilitas *Alpha Cronbach*. Alasan menggunakan teknik korelasi *Alpha Cronbach* dalam pengujian reliabilitas ini adalah:

- a. Korelasi *Alpha* merupakan salah satu teknik uji reliabilitas yang saat ini paling banyak digunakan dan handal.
- b. Didasarkan pada teknik *Internal Consistency*.
- c. Dengan koefisien *Alpha* dapat diketahui apakah *item* satu dengan yang lain saling menunjang.

Adapun rumus koefisien *Alpha* menurut Azwar (2011: 87) sebagai berikut:

$$\alpha = 2 \left[1 - \frac{S_1^2 + S_2^2}{S_x^2} \right]$$

α = Koefisien *Alpha*
 S_1^2 dan S_2^2 = Varians skor belahan 1 dan varians skor belahan 2
 S_x^2 = Varians skor skala

Rumus perhitungan reliabilitas dengan uji Cronbach Alpha dengan kriteria hasil pengujian reliabilitas menurut Nunnally (dalam Ghozali, 2011) adalah jika nilai Cronbach Alpha hasil perhitungan $> 0,7$ maka dapat dikatakan bahwa variabel penelitian adalah reliabel.

3.6 Alat Analisis

3.6.1 Analisis Deskriptif

Siregar (2010) menyatakan bahwa statistika deskriptif adalah statistik yang berkenaan dengan bagaimana cara mendeskripsikan, menggambarkan, menjabarkan atau menguraikan data sehingga mudah dipahami. Analisis deskriptif dilakukan untuk mendapatkan gambaran mengenai jawaban responden mengenai variabel-variabel yang digunakan. Analisis deskriptif yang dilakukan antara lain:

a. Analisis deskriptif karakteristik responden

Analisis deskriptif dilakukan pada data karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pekerjaan, yang dilakukan dengan menggunakan jumlah dan prosentase.

b. Analisis deskriptif variabel penelitian

Analisis deskriptif dilakukan pada jawaban responden atas pernyataan-pertanyaan untuk masing-masing variabel penelitian. Analisis deskriptif terhadap jawaban responden tersebut dilakukan dengan menggunakan nilai minimal, nilai maksimal, nilai rata-rata, dan nilai standar deviasi.

3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji persyaratan data yang dilakukan oleh peneliti adalah uji normalitas untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas sampel dimaksudkan untuk menguji normal tidaknya sampel. Pengujian diadakan dengan maksud untuk melihat normal tidaknya data yang akan dianalisis. Dalam penelitian ini menggunakan teknik uji parametrik kolmogorov-smirnov.

2) Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2011: 105). Multikolinieritas dilakukan untuk menunjukkan bahwa antara variabel independen mempunyai hubungan langsung (berkorelasi). Konsekuensi dari multikolinieritas akan menyebabkan kuesioner regresi nilainya kecil, apabila standar error regresi nilainya besar maka pengujian individunya tidak signifikan. Ciri adanya multikolinieritas adalah R^2 tinggi, F-test signifikan namun t-testnya

banyak yang tidak signifikan. Langkah-langkah dalam pengujian multikolinieritas dilakukan sebagai berikut:

Ho : Tidak ada multikolinieritas

Ha : Ada multikolinieritas

3) Uji Heteroskedastisitas (*heteroscedasticity*)

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011: 139). Pengujian ini dilakukan untuk menunjukkan bahwa varians dari setiap error bersifat heterogen yang berarti melanggar asumsi klasik yang mensyaratkan bahwa varians error harus bersifat homogen. Langkah-langkah dalam pengujian heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Ho : Tidak ada heteroskedastisitas

Ha : Ada heteroskedastisitas

4) Korelasi Serial (*autocorrelation*)

Autokorelasi menunjukkan bahwa ada korelasi antara error dengan error periode sebelumnya dimana pada asumsi klasik hal ini tidak boleh terjadi. Permasalahan autokorelasi hanya relevan digunakan jika data yang dipakai adalah data time series, sedangkan

untuk data *cross section* tidak perlu dilakukan. Pengujian autokorelasi juga dapat dilakukan dengan Durbin Watson. Keputusan yang diambil dalam pengujian autokorelasi dengan uji Durbin Watson adalah:

Tabel 3.2
Keputusan Uji *Durbin Watson*

Hipotesis 0	Keputusan	Jika
(1) tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
(2) tidak ada autokorelasi positif	No decision	$dl \leq d \leq du$
(3) tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4-dl < d < 4$
(4) tidak ada korelasi negatif	No decision	$4-du \leq d \leq 4-dl$
(5) tidak ada autokorelasi positif atau negatif	tidak ditolak	$du < d < 4-du$

Sumber : Imam Ghozali, 2011

3.6.3 Analisis Regresi Berganda

Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah bentuk regresi dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) for Windows, dalam hal ini yaitu dengan menggunakan pengujian asumsi klasik dan menggunakan rumus regresi berganda untuk menentukan kontribusi variabel X terhadap variabel Y.

$$Y_1 = b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y_2 = b_3Y_1$$

dimana:

Y_1 : Kepuasan Konsumen

Y_2 : Loyalitas Konsumen

X_1 : Kualitas Pelayanan

X_2 : Citra Merek

3.6.4 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*cross section*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali, 2011). Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar variabel-variabel independen secara bersama mampu memberikan penjelasan mengenai variabel dependen dimana nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin besar nilai R^2 , maka akan semakin besar variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

3.6.5 Uji F (Serentak)

Uji hipotesis (F -test) bertujuan untuk mengetahui bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen (Nugroho, 2005: 53).

Uji F digunakan untuk membuktikan hipotesis, adapun langkah-langkahnya yaitu:

3.6.5.1 Merumuskan hipotesis operasional, yaitu H_0 dan H_a

H_0 : Ada pengaruh tetapi tidak signifikan dari kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dealer motor Yamaha.

H_a : Ada pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dealer motor Yamaha.

2. Menetapkan taraf signifikansi (α), yaitu $\alpha = 5\%$ atau 0,05
3. Membuat kesimpulan:
 - a. Jika $p > \alpha = H_0$ diterima dan H_a ditolak, artinya ada pengaruh tetapi tidak signifikan dari kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dealer motor Yamaha secara simultan
 - b. Jika $p \leq \alpha = H_0$ ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dealer motor Yamaha secara simultan
4. Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistika yang dipergunakan, yaitu dengan menggunakan *analysis of variance* (ANOVA) pada program SPSS.

3.6.6 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Uji *t* digunakan untuk membuktikan hipotesis, adapun langkah-langkahnya yaitu:

1. Merumuskan hipotesis operasional, yaitu H_0 dan H_a
2. Menetapkan taraf signifikansi (α), yaitu $\alpha=5$ persen atau 0,05
3. Membuat kesimpulan:
 - a. Jika $p > \alpha = H_0$ diterima dan H_a ditolak, artinya ada pengaruh tetapi tidak signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.
 - b. Jika $p < \alpha = H_0$ ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial secara parsial.
4. Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistika yang dipergunakan, yaitu dengan menggunakan *analysis of variance* (ANOVA) pada program SPSS 19.