

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di tempat bilyar Q-Club *Pool Lounge Café* Jl. Magelang Km. 5,6 Yogyakarta.

3.2. Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang terdapat pada penelitian ini adalah sikap konsumen (para pemakai jasa tempat bilyar) yang terdiri dari :

1. Atribut-atribut pada jasa tempat bilyar

- **Atribut Harga**

Meliputi harga untuk bermain bilyar, harga makanan maupun minuman.

- **Potongan Harga / diskon**

Meliputi potongan harga yang variatif (*voucer, member card, student card*) serta potongan harga yang sesuai.

- **Atribut Pelayanan**

Yang dimaksud dengan pelayanan di sini adalah keramahan serta daya tanggap (kecepatan pelayanan).

- **Suasana**

Adalah kenyamanan tempat serta kebersihan tempat bilyar.

- Kualitas Jasa

Meliputi : meja bilyar yang sesuai standar atau tidak, tongkat (*stick bilyard*) nyaman atau tidak penggunaannya

- Atribut Lokasi / tempat

Meliputi : letak lokasi yang strategis, tata ruang tempat bilyar.

- Atribut Ragam / Variasi Hiburan

Yang dimaksud disini adalah sentuhan *entertainment* yang diberikan (variasi hiburan) meliputi : *dj performance, dance, music, fashion night, fun games*, penampilan artis-artis ibukota, dan *entertainment* yang menarik dari segi konsumen.

- Atribut Variasi (Ragam) Makanan dan minuman

Meliputi banyaknya (ragam) aneka makanan dan minuman serta selera konsumen.

2. Karakteristik konsumen

a. Gender : laki-laki atau perempuan

b. Umur

- kurang dari 21 tahun
- antara 21-30 tahun
- lebih dari 30 tahun

c. Tingkat pendidikan

- SMU
- Universitas/Sarjana
- Umum (kursus komputer, bahasa dan lain-lain)

d. Tingkat penghasilan

- kurang dari 500.000 per bulan
- antara 500.000 – 1.000.000 per bulan
- lebih dari 1.000.000 per bulan

3.3. Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1. Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini ada dua macam data, yaitu :

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari data yang diteliti, adapun pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut :

3.3.2. Metode Pengumpulan Data

Adapun cara pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Metode Kuisisioner

Yaitu serangkaian pertanyaan yang diformulasikan secara tertulis pada responden guna membuahakan informasi mengenai obyek yang sedang diteliti, baik berupa pendapat, tanggapan ataupun tentang dirinya.

Kuisisioner dalam penelitian ini ditujukan kepada pemakai jasa tempat bilyar Q-Club *Pool Lounge Café* Yogyakarta, yaitu dalam bentuk angket yang berisi sejumlah pertanyaan yang diberikan kepada responden. Adapun bentuk angket yang digunakan adalah bentuk berstruktur (tertutup) dimana sudah disediakan jawaban yang harus diisi responden. Dimana bagian I terdiri dari identitas responden (boleh diisi, boleh tidak), bagian II berisi Karakteristik Responden, bagian III berisi Pertanyaan-

pertanyaan yang berkaitan dengan sikap konsumen dalam menggunakan jasa tempat bilyar yang berkaitan dengan atribut-atribut di Q-Club *Pool Lounge Café* Yogyakarta.

Dimana cara penilaian yang dilakukan terhadap obyek (ei) menentukan nilai standar yang dilakukan dengan penilaian skor masing-masing atribut, yaitu :

Sangat baik : 2

Baik : 1

Netral : 0

Tidak baik : -1

Sangat tidak baik : -2

Bagian IV berisi tentang pertanyaan-pertanyaan mengenai keyakinan konsumen terhadap atribut-atribut penelitian, dengan penilaian skor :

Sangat yakin : 2

Yakin : 1

Netral : 0

Tidak yakin : -1

Sangat tidak yakin : -2

2. Observasi

Yaitu dengan mengadakan pengamatan dan mencatat fakta-fakta nyata yang berhubungan dengan penelitian, yaitu dengan melihat sejumlah buku atau referensi yang terkait dengan penelitian yang dilakukan, yaitu mencari referensi atau buku-buku yang berkaitan dengan penelitian yang

bertemakan mengenai sikap konsumen yang nantinya dapat dijadikan acuan dalam penyusunan penelitian ini.

3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.4.1. Uji Validitas

Validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap item-item dalam suatu variabel dengan total scorenya dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment* (Pearson).

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Dimana :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara nilai total item dengan nilai item.

y = nilai total item

x = nilai item

N = banyaknya item

Hasil Uji Validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 3.1
Hasil Uji Validitas

Atribut	Item	Keyakinan			Evaluasi		
		r xy	r tabel	Keterangan	r xy	r tabel	Keterangan
Harga	a	0.5210	0.306	Sahih	0.4066	0.306	Sahih
	b	0.4754	0.306	Sahih	0.4828	0.306	Sahih
Potongan Harga	a	0.3555	0.306	Sahih	0.6456	0.306	Sahih
	b	0.4388	0.306	Sahih	0.6174	0.306	Sahih
Pelayanan	a	0.5052	0.306	Sahih	0.3329	0.306	Sahih
	b	0.4369	0.306	Sahih	0.4433	0.306	Sahih
Suasana	a	0.4223	0.306	Sahih	0.5278	0.306	Sahih
	b	0.6159	0.306	Sahih	0.3581	0.306	Sahih
Kualitas Jasa	a	0.7515	0.306	Sahih	0.6240	0.306	Sahih
	b	0.5659	0.306	Sahih	0.7073	0.306	Sahih
Lokasi / Tempat	a	0.5493	0.306	Sahih	0.5805	0.306	Sahih
	b	0.6702	0.306	Sahih	0.4737	0.306	Sahih
Ragam Hiburan	a	0.4072	0.306	Sahih	0.4970	0.306	Sahih
	b	0.4487	0.306	Sahih	0.4790	0.306	Sahih
Variasi Makanan & Minuman	a	0.4139	0.306	Sahih	0.4968	0.306	Sahih
	b	0.4079	0.306	Sahih	0.3260	0.306	Sahih

Sumber : Data primer diolah, 2005

Berdasarkan tabel 3.1 diatas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang terdiri dari masing-masing 16 butir pada variabel keyakinan, dan evaluasi dapat dinyatakan valid, karena r hitung lebih besar dari r tabel. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur data secara tepat

3.4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini bertujuan untuk menguji tingkat kestabilan penggunaan alat pengukur terhadap suatu gejala. Uji ini merupakan pengujian reliabilitas terhadap suatu angket. Teknik ini digunakan pada angket-angket yang jawabannya berupa pilihan.

$$\alpha = \left(\frac{N}{N-1} \right) \left(\frac{\sum \alpha^2_{item}}{\alpha^2_{total}} \right)$$

Keterangan :

α = Cronbachs Alpha

N = Banyaknya pertanyaan

σ^2_{item} = Variance dari pertanyaan

σ^2_{total} = Variance dari sko

Uji validitas dan reliabilitas tersebut diatas menggunakan software SPSS dimana uji reliabilitas dilakukan dengan *Croncach's Alpha Coeffisient* dengan bantuan software SPSS ver 10.0.

Hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 3.2
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Koef. Alpha Cronbach Keyakinan	Nilai Kritis	Keterangan
Keyakinan	0,8643	0.6	Handal
Evaluasi	0,8633	0.6	Handal

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha baik pertanyaan keyakinan maupun evaluasi seluruh atribut lebih besar dari 0,6. Dengan mengacu pada pendapat diatas, maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

3.5. Populasi dan Sampel

3.5.1. Populasi

Adalah sejumlah obyek yang akan diteliti dan paling sedikitnya mempunyai satu karakteristik atau sifat yang sama. Populasi dalam penelitian ini adalah pemakai jasa tempat bilyar Q-Club *Pool Lounge Café* Yogyakarta.

3.5.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari individu atau unit-unit yang diambil dari populasi yang dijadikan obyek dalam penelitian. Dalam penelitian ini, yang menjadi sampel adalah pemakai jasa tempat bilyar Q-Club *Pool Lounge Café* Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *convenience sampling* yaitu peneliti memiliki kebebasan memilih siapa saja yang mereka temui, tidak menyusahkan, mudah mengukurnya dan kooperatif. Di dalam teknik pengambilan sampel ini peneliti bebas untuk memberikan angket kepada konsumen yang sedang bermain bilyar atau menggunakan jasa di Q-Club *Pool Lounge Café* Yogyakarta dimana menggunakan rumus pengambilan sampel :

$$n = \frac{\bar{p}}{p} (1 - \bar{p}) \left(\frac{z}{E} \right)^2$$

\bar{p} = adalah proporsi yang diduga, berdasarkan pengalaman di masa lampau atau survei percobaan.

Z = adalah nilai z yang berhubungan dengan derajat keyakinan yang dipilih.

E = adalah kesalahan maksimum yang diperbolehkan dan dapat ditolerir oleh peneliti.

Dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{\bar{p}}{p} (1 - \bar{p}) \left(\frac{z}{E} \right)^2$$

$$n = 0,5 (1 - 0,5) \left(\frac{1,96}{0,1} \right)^2$$

$$n = 0,25 (384,16)$$

$$n = 96,04 \approx 96 \text{ (pembulatan)}$$

Dimana :

0,25 merupakan nilai proporsi dari bagian populasi yang diambil berdasarkan gender laki-laki atau perempuan dalam penelitian ini, $\alpha = 5\%$ merupakan tingkat kesalahan data yang ditoleransi dalam jenis penelitian ini, maka terdapat sekitar 5 peluang dari 100 dimana kita akan menolak hipotesis ini padahal kita seharusnya menerimanya dengan kata lain kita merasa yakin sekitar 95% (tingkat keyakinan) bahwa kita membuat keputusan yang benar, berdasarkan tabel Z dengan tingkat keyakinan 95% maka skor Z (daerah kritis) dari sebuah statistik sampel akan terletak di 1,96. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan besar error 0,1 yaitu besarnya error terhadap sampel yang ditoleransi oleh peneliti sebesar 0,1 sehingga besarnya kesalahan dalam ukuran sampel diharapkan tidak terlalu besar atau dapat di minimasi.

Dengan menggunakan probabilitas $\alpha = 5\%$ dan standar deviasi tidak lebih dari 0,1. Untuk memudahkan dalam pengambilan sampel maka dibulatkan menjadi 96, jadi responden yang diambil sebanyak 96.

3.6. Teknik Analisis Data

M

3.6.1. Deskriptif

Analisis ini disajikan dalam bentuk tabel-tabel yang didasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari responden, baik berupa karakteristik

konsumen ataupun penilaian sikap konsumen, adapun pengukuran sikap konsumen menggunakan analisis tersebut di bawah ini :

- Analisis Indeks Sikap

Analisis indeks sikap dimaksudkan untuk meramalkan sikap individu serta kesukaan terhadap suatu merk. Dengan analisis ini diharapkan dapat diketahui bagaimana pendapat konsumen terhadap atribut-atribut produk fashion dan atribut produk apa yang paling diutamakan oleh konsumen. Dalam mengukur sikap konsumen digunakan Fishbein's Multiattribute Model (Engel, Blackwell, Miniard, 1993), yaitu :

$$A_o = \sum_{k=1}^n b_i \cdot e_i$$

Dengan :

A_o = Sikap terhadap obyek memiliki atribut

b_i = Kekuatan kepercayaan bahwa obyek memiliki atribut

e_i = Penilaian mengenai atribut

n = Jumlah atribut yang ada pada sampel

3.6.2. *Kruskal-Wallis*

Uji *Kruskal-Wallis* dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan signifikan antara sikap konsumen dalam menggunakan jasa tempat bilyar yang berkaitan dengan atribut-atribut pada suatu penelitian yang telah ditentukan berdasarkan karakteristik konsumen.

1. Merumuskan hipotesis operasional

H_o : Tidak ada perbedaan yang signifikan antara sikap konsumen dalam menggunakan jasa tempat bilyar yang berkaitan dengan atribut-atribut

pada Q-Club *Pool Lounge Café* Yogyakarta berdasarkan karakteristik konsumen.

Ha : ada perbedaan yang signifikan antara sikap konsumen dalam menggunakan jasa tempat bilyar yang berkaitan dengan atribut-atribut pada Q-Club *Pool Lounge Café* Yogyakarta berdasarkan karakteristik konsumen.

2. Menetapkan kriteria penerimaan – penolakan hipotesis

Dengan taraf signifikansi (α) 5% atau 0,05 dan derajat kebebasan (db) $n-1$, maka :

Ho gagal ditolak, jika $p \geq \alpha$,

Ho ditolak, jika $p \leq \alpha$.

3. Menghitung probabilitas statistik

Menggunakan uji beda/kesamaan satu sampel bebas melalui program pengolah data SPSS dengan menu *Kruskal-Wallis*.

4. Kesimpulan

Mengintepretasikan hasil-hasil perhitungan yang diperoleh baik dari prosedur 2 maupun prosedur 3 dengan hasil Ho gagal ditolak atau Ho ditolak, sehingga dapat diketahui ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan antara sikap konsumen dalam menggunakan jasa tempat bilyar yang berkaitan dengan atribut-atribut di Q-Club *Pool Lounge Café* Yogyakarta.