

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Populasi dan Sampel**

Sebelum mengadakan penelitian terlebih dahulu perlu ditentukan objek-objek yang akan diteliti dan besarnya populasi yang ada dan sampel yang diambil.

Populasi adalah sekumpulan unsur atau elemen yang menjadi objek penelitian dan elemen populasi itu merupakan suatu analisis. Populasi dalam penelitian ini adalah hanya konsumen yang frekuensi berbelanja satu bulan terakhir minimal 3 kali belanja di Mirota kampus Babasari Yogyakarta.

Sampling adalah suatu cara pengumpulan data yang sifatnya tidak menyeluruh, artinya tidak mencakup semua objek penelitian (populasi). Penarikan sampel yang menggunakan *convenience sampling* dimana merupakan prosedur untuk mendapatkan unit sampel menurut keinginan peneliti dan menggunakan sampel yang paling sederhana dan ekonomis serta tidak memerlukan daftar populasi yang panjang. Dalam penelitian ini kriteria responden yang dicari adalah konsumen yang frekuensi berbelanja satu bulan terakhir minimal 3 kali belanja di Mirota kampus Babasari Yogyakarta . Selain itu pemilihan sampel dilakukan secara acak, karena adanya keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

### 3.2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini mengukur pengaruh *service quality* terhadap *purchase intention*. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini dengan membagikan kuisisioner kepada responden. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu atau perorangan. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada responden yang mudah ditemui (*convenience*)

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu informasi yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, yaitu mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Data primer yang digunakan adalah dengan membagikan kuisisioner kepada responden

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu :

a. Data primer

Data yang diperoleh langsung dari obyek yang diteliti, yaitu mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang pernah berbelanja minimal 3 kali dalam satu bulan di toko Mirota kampus Babarsari. Untuk memperoleh data dikumpulkan langsung dari responden yang diteliti dengan cara menyebarkan kuisisioner.

Sumber data diperoleh melalui penyebaran 100 kuisisioner kepada mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

#### b. Data sekunder

Data sekunder diperoleh dengan melakukan studi kepustakaan (yaitu data dikumpulkan dari buku-buku literatur, majalah, koran, jurnal-jurnal, dan artikel-artikel/bacaan-bacaan lainnya) untuk memperoleh landasan-landasan teori maupun penganalisaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

### 3.3. Metode Pengukuran Data

Dalam penelitian ini penulis membuat kuesioner yang berisi pertanyaan untuk mendapatkan data mengenai pengaruh *service quality* terhadap *purchase intentions*. Kuesioner yang disebarakan tersebut terdiri dari dua bagian yaitu :

Bagian I : berisi daftar pertanyaan mengenai karakteristik responden.

Bagian II: berisi daftar pertanyaan untuk mengetahui pendapat responden mengenai pengaruh dimensi *service quality* terhadap *purchase intention*.

Untuk masing-masing item pertanyaan yang diberikan oleh peneliti, peneliti akan menilai jawaban berdasarkan *skala Likert*. Dengan *skala Likert*, variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel tersebut dijabarkan menjadi komponen-komponen yang teratur untuk kemudian dijadikan sebagai titik tolak menyusun butir-butir instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan, untuk dijawab oleh responden ( Cooper dan Emory, 1995 ) untuk keperluan analisis

secara kuantitatif, maka jawaban diberi nilai, yaitu mulai dari 1 sampai dengan 5.

1. Untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) nilai yang diperoleh 1
2. Untuk jawaban Tidak Setuju ( TS ) nilai yang diperoleh 2
3. Untuk jawaban Netral ( N ) nilai yang diperoleh 3
4. Untuk jawaban Setuju ( S ) nilai yang diperoleh 4
5. Untuk jawaban Sangat Setuju ( SS ) nilai yang diperoleh 5

### **3.4. Metode Pengujian Instrumen**

Pengujian instrumen diperlukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian layak digunakan. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang berisi pertanyaan tertutup yang diberikan kepada responden. Pernyataan dalam kuesioner merupakan pernyataan tertutup yang menanyakan kesetujuan atau ketidaksetujuan konsumen terhadap suatu objek. Kuesioner yang dibagikan kepada responden dianalisis dengan menggunakan sistem komputer dengan program *SPSS for Windows Release 13.0*:

#### **3.4.1. Pengujian Validitas**

Validitas adalah ukuran yang mana sebuah alat ukur secara akurat mencerminkan apa dari hal tersebut yang telah didisain untuk diukur (kesahihan). Tujuan dari pengukuran validitas ini adalah untuk mengetahui seberapa cermat suatu test melakukan fungsi ukurnya. Atau dengan kata lain validitas adalah sifat yang menunjukkan adanya kesesuaian alat ukur. Suatu skala pengukuran disebut valid apabila ia

melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur (Kuncoro, 2003). Dalam penelitian ini, validitas yang diuji adalah *construct validity* dengan mengkorelasikan skor masing-masing butir atau item dengan skor total. Skor total adalah skor yang diperoleh dengan cara menjumlahkan seluruh skor butir pada instrumen tersebut.

Untuk menguji validitas dari kuesioner dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ )=0.05 digunakan rumus koefisien *Korelasi Product Moment* dari Karl Pearson yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS for Windows Release 13.0.

rumus koefisien *Korelasi Product Moment* dari Karl Pearson, (Hadi, 1991:23) yaitu :

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

Keterangan :

$r_{xy}$  : Koefisien Korelasi Product Moment

X : Nilai dari setiap item

Y : Skor faktor

N : Jumlah sampel/responden

jika  $r_{xy} >$  atau  $= r$  tabel dengan  $\alpha = 5\%$  maka butir atau item pertanyaan tersebut dinyatakan valid/ sah. Tetapi jika  $r_{xy} <$  r table dengan  $\alpha = 5\%$ , maka butir atau item tersebut dinyatakan tidak valid atau gugur.

### 3.4.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang mana sebuah alat ukur itu konsisten pada apa hal tersebut diukur (kehandalan). Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan suatu alat ukur dan suatu alat ukur tersebut reliabel apabila pengulangan pengukuran untuk subyek penelitian yang sama hasilnya konsisten. Analisis reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* untuk mengidentifikasi seberapa baik item-item dalam kuesioner berhubungan antara satu dengan yang lain. *Cronbach Alfa* menggunakan koefisien Alpha dengan tingkat penerimaan antara 0 sampai dengan 1. koefisien Alpha yang dapat diterima adalah 0,6 atau > 1, jika nilai kurang dari 0,6 maka dianggap lemah, 0,7 bisa diterima 0,8 dipertimbangkan baik semakin mendekati 1,0 semakin baik (Sekaran , 2000)

Rumus *Cronbach Alpha* (hadi,1991:56)

$$r_u = \left[ \frac{M}{M-1} \right] \left[ 1 - \frac{v_x}{v_y} \right]$$

Keterangan :

$r_u$  : Koefisien korelasi Alpha Cronbach.

M : Jumlah butir

V<sub>x</sub> : Variasi butir-butir

V<sub>j</sub> : Variasi total

$\alpha$  : 5%

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS *for Windows Release 13.0*.

### 3.5. Metode Analisis data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis sebagai berikut:

#### 3.5.1. Analisis Persentase

Analisis persentase dilakukan dengan cara menghitung jumlah frekwensi jawaban yang berbeda. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik responden yang paling banyak jumlahnya.

Analisis persentase dilakukan pada jawaban responden. Dengan mencari proporsi untuk tiap-tiap pilihan jawaban, diketahui kecendrungan pendapat responden terhadap suatu pertanyaan yang diajukan. Proporsi hasil pengamatan tersebut diperoleh melalui rumus:

$$\pi = \frac{\sum X}{N}$$

Keterangan :

$\pi$  = proporsi Persentase

X= Jumlah pengamatan yang termasuk kategori jawaban tertentu

N= Ukuran Populasi

#### 3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Suatu metode yang menganalisa pengaruh antara dua atau lebih variabel, khususnya variabel yang mempunyai hubungan sebab akibat yaitu antara variabel dependen dengan variabel independen. (Djarwanto,

PS dan Pangestu Subagyo, 1993: 309). Analisis ini digunakan untuk mengetahui dimensi *service quality perception* (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) terhadap *purchase intentions*. Adapun rumus yang dipakai dalam analisis Regresi Linier Berganda (Djarwanto, PS dan Pangestu Subagyo, 1993: 309) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5$$

Keterangan:

Y = *Purchase Intention*

X<sub>1</sub> = *Tangibles*

X<sub>2</sub> = *Reliability*

X<sub>3</sub> = *Responsiveness*

X<sub>4</sub> = *Assurance*

X<sub>5</sub> = *Emphaty*

a = bilangan konstanta

b<sub>1,2,3,4,5</sub> = Koefisien regresi

### 3.5.3. Uji t test

Digunakan untuk menguji mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *service quality perception* (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) secara sendiri-sendiri terhadap *purchase intentions*.

Melakukan uji hipotesis dengan uji t sebagai berikut:

(1) Penentuan hipotesis nihil dan menentukan alternatif.



$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$  (Tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen).

$H_0 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq \beta_5 \neq 0$  (Ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen).

(2) Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan dengan nilai tertentu, maka dicari nilai t tabel dengan tingkat kepercayaan  $\alpha = 0,05$  atau 5% dan derajat kebebasan  $n - k - 1$

(3) Menentukan kriteria pengujian

$H_0$  diterima apabila  $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ .

$H_0$  ditolak apabila  $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ .

(4) Perhitungan nilai t hitung

$$t = \frac{\beta_1}{Sb_1}$$

Dimana:

$\beta_{1,2,3,4,5}$  adalah koefisien regresi variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ .

$Sb_{1,2,3,4,5}$  adalah deviasi standar  $\beta_{1,2,3,4,5}$

Nilai  $Sb_{1,2,3,4,5}$  atau t dihitung dengan bantuan komputer program software SPSS. Nilai tersebut disajikan bersama dengan koefisien regresi.

(5) Kesimpulan

Nilai t yang diperoleh akan diambil kesimpulan  $H_0$  diterima atau ditolak.

### 3.5.4. Uji F test

Digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel *service quality perception* (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) secara bersama-sama terhadap *purchase intentions*.

Adapun langkah-langkah uji hipotesis dengan uji F sebagai berikut:

- (1) Penentuan hipotesis nihil dan menentukan alternatif.

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$  artinya : (Tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen).

$H_0 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq 0$  artinya : (Ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen).

- (2) Menentukan *Level of Significant*  $\alpha = 0,05$

- (3) Menentukan Kriteria pengujian

$H_0$  diterima apabila :  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ .

$H_0$  ditolak apabila :  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ .

- (4) Perhitungan nilai F hitung

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2/(k-n)}{(1-R^2)/(n-k)}$$

Dimana:

R adalah koefisien determinasi

k. adalah banyaknya parameter

n adalah banyaknya sampel

(5) Kesimpulan

Nilai  $F$  yang diperoleh akan diambil kesimpulan  $H_0$  diterima atau ditolak.

