

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data–data yang berkaitan dengan objek penelitian tersebut yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pada Café Dekatsu”.

Pengertian Objek penelitian menurut Sugiyono (2011:32) adalah sebagai berikut: “Objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan”.

Sesuai dengan pengertian diatas bahwa pengertian objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi sasaran dalam penelitian ilmiah. Objek penelitian ini adalah variabel pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen.

Pada penelitian ini terdapat dua macam variabel, yaitu variabel terikat (variabel dependen) merupakan variabel yang tergantung dengan variabel yang lainnya serta variabel bebas (variabel independen) merupakan variabel yang tidak memiliki ketergantungan terhadap variabel yang lainnya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

a. *Independent Variable* (Variabel Bebas)

Menurut Sugiyono (2009:61), *Variabel independen* merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya *variabel dependen* (terikat).perilaku

b. *Dependent Variable* (Variabel Terikat)

Menurut Sugiyono (2009:61), *Variabel dependen* adalah merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat *variabel independen* dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian Konsumen.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:5) Metode penelitian bisnis adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam bidang bisnis.

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan keadaan berdasarkan data dan fakta yang dikumpulkan kemudian disusun secara sistematis yang selanjutnya dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan. Sedangkan metode verifikatif adalah metode yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan statistik.

Menurut sugiono (2005;21) “ metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas”.

Metode verifikatif juga digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis sehingga metode verifikatif ini digunakan untuk menjawab penelitian poin ketiga, yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh diantara variabel yang diteliti.

Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut Mashuri (2008) dalam Umi Narimawati (2010:29) adalah sebagai berikut: “Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan.

Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada dan sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data tersebut akan dikumpulkan, dianalisis dan diproses lebih lanjut sesuai dengan teori-teori yang telah dipelajari, jadi dari data tersebut akan ditarik kesimpulan.

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Moh.Nazir Dalam Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini Dan Linna Ismawati (2010:300) adalah “desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian”.

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian, karena langkah dalam melakukan penelitian mengacu kepada desain penelitian yang telah dibuat.

Langkah-langkah desain penelitian menurut Umi Narimawati (2011:30) adalah:

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan jadwal.
2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi.
3. Menetapkan rumusan masalah.
4. Menetapkan tujuan penelitian.
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori.
6. Menetapkan konsep variable sekaligus pengukuran variable penelitian yang digunakan.
7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data.
8. Melakukan analisis data. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis kualitatif (metode deskriptif) dan analisis kuantitatif (metode verifikatif).
9. Menyusun pelaporan hasil penelitian melalui data informasi yang diperoleh dari perusahaan kemudian data menyimpulkan penelitian, sehingga akan diperoleh penjelasan dan jawab atas identifikasi masalah dalam penelitian.

Tabel 3.1
Desain Penelitian

| Tujuan Penelitian | Desain Penelitian | | | |
|-------------------|-------------------|------------------------------------|---------------|-----------------|
| | Jenis penelitian | Metode yang digunakan | Unit analisis | Time horizon |
| T-1 | Descriptive | Deskritive Dan Survey | Café Dekatsu | Cross Sectional |
| T-2 | Descriptive | Deskritive Dan Survey | Café Dekatsu | Cross Sectional |
| T-3 | Descriptive | Deskritive Dan Survey | Café Dekatsu | Cross Sectional |
| T-4 | Verivikatif | Deskriptive Dan Explanatory Survey | Café Dekatsu | Cross Sectional |

3.2.2 Operasional Variabel

Operasional variable menurut Nur Indrianto (2002:69) sebagai berikut: “penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan secara tertentu dapat digunakan oleh peneliti dalam mengoprasionalisasikan *construct*, sehingga memungkinkan bagi penelitian yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik”.

Menurut Sugiyono (2008:59), variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Variabel yang akan diteliti adalah kualitas pelayanan (x1) dan harga (x2) sebagai variable *independent* atau bebas (X), yaitu variabel yang berpengaruh terhadap variable lainnya (Y). sedangkan loyalitas konsumen adalah variable

dependent atau terikat (Y), dimana variabel ini adalah yang timbul dan diperoleh oleh variabel lain (X).

Operasionalisasi variable diperlukan untuk menemukan jenis, indicator serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian mengenai Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas.

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini secara lebih jelas dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut ini :

Tabel 3.2
Operasional Variabel

| No | Variabel | Konsep Variable | Indikator | Ukuran | Skala |
|----|------------------------|---|--------------------------|--|---------|
| 1. | Kualitas pelayanan(X1) | Kualitas pelayanan merupakan setiap tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak yang lain, yang pada dasarnya bersifat intangible dan harus dikerjakan sebaik mungkin (parasuraman) | Bukti fisik (tangible) | Meliputi penampilan fisik peralatan komunikasi dan penampilan karyawan | Ordinal |
| | | | Kehandalan (reliability) | Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan secara akurat dan terpecaja | Ordinal |
| | | | Daya tanggap | Respon atau kesigapan karyawan | Ordinal |

| | | | | | |
|--|--|--|---------|---|---------|
| | | | | dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat | |
| | | | Jaminan | Meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap jasa secara tepat, kualitas keramah tamahan, perhatian dan kesopanan karyawan, dan kemampuan dalam menambahkan kepercayaan konsuemen terhdap perusahaan | Ordinal |
| | | | Empati | Perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen | Ordinal |

| | | | | | |
|----|------------------|---|---|---|---------|
| 2. | Harga (x2) | Harga adalah jumlah yang telah disepakati oleh calon pembeli dan penjual untuk ditukar dengan barang atau jasa dalam transaksi dalam transaksi bisnis normal(tandjung, 2004;78) | Herga bersaing | Tingkat perbandingan harga | Ordinal |
| | | | Harga terjangkau oleh konsumen | Tingkat kemampuan membeli konsumen | Ordinal |
| | | | Harga sesuai dengan kualitas | Tingkat penetapan harga mengenai suatu produk | Ordinal |
| 3. | Loyalitas (y) | Loyalitas konsumen sebagai kekuatan hubungan antar sikap relative individu terhadap suatu kesatuan(merek, jasa, took, atau pemasok) dan pembelian ulang (griffin) | Melakukan pembelian secara berulang | Melakukan pembelian secara berulang dalam periode tertentu | Ordinal |
| | | | Melakukan pembelian di luar lini produk/jasa | Konsumen yang loyal tidak akan membeli satu macam produk melainkan akan membeli di lini produk/jas lain pada badan usaha yang sama | Ordinal |
| | | | Merekomendasikan produk | Merekomendasikan pengalaman mengenai produk dan jasa kepada rekan atau konsumen yang lain agar tidak membeli produk dan jasa dari badan usaha yang sama | Ordinal |
| | | | Menunjukkan kekebalan dari daya tarikan produk sejenis dari pesaing | Menolak produk lain karena menganggap produk yang dipilihnya adalah yang terbaik | Ordinal |

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data ada dua yaitu data primer dan sekunder. Sugiyono (2012:193) menyatakan bahwa “Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau melalui dokumen”.

Menurut Umar Husein (2005:41), Sumber data ada dua yaitu data primer dan sekunder, yaitu:

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti baik dari pribadi (*franchisee*) maupun dari satu instansi yang mengolah data untuk keperluan penelitian, seperti dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta catatan-catatan kuliah yang menunjang penelitian ini Metode Penarikan Sampel.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Untuk menunjang hasil penelitian, maka peneliti melakukan pengelompokan data yang diperlukan kedalam dua golongan, yaitu:

1. Populasi

Menurut *Umi Narimawati* (2008:72), populasi merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.

Menurut *Jonathan Sarwono* (2006:269), populasi didefinisikan sebagai seperangkat unit analisis yang lengkap yang sedang diteliti.

Menurut *Sugiyono* (2004:72), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah konsumen yang telah membeli pada Dekatsu di Jl. Raya Cipanji No.17, Citapen, Cihampelas, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat diketahui bahwa populasi rata-rata jumlah konsumen yang membeli pada Bulan Januari sampai dengan bulan November 2017 adalah 400 orang pengunjung café Dekatsu dalam satu hari.

2. Sampling

Teknik sampling merupakan teknik penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian. Menurut *Sugiyono* (2009:92), teknik sampling merupakan teknik

pengambilan sampel, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Sedangkan jenis teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini salah satunya adalah *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah proses pemilihan sampel dalam cara tertentu yang didalamnya semua elemen dalam populasi yang didefinisikan mempunyai kesempatan yang sama, bebas, dan seimbang dipilih menjadi sampel. Mengingat jumlah populasinya diketahui, maka rumus penentuan sampel yang digunakan yaitu “*simple random sampling*”, dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel minimal

N = Jumlah populasi

e = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir (pada penelitian ini digunakan 10%).

$$n = \frac{400}{1 + 400(0,1)^2}$$

$$n = \frac{400}{5}$$

$$n = 80 \text{ responden}$$

Berdasarkan penelitian diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian kepada 80 orang respoenden atau konsumen *café dekatsu* Jika penelitian menggunakan metode deskriptif, maka minimal tingkat kesalahan dalam penentuan anggota sampel yang harus diambil adalah 10% dari jumlah populasi yang diketahui.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Cara atau teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data primer dan sekunder. Oleh karena itu data yang diperoleh dalam penelitian ini bersumber dari primer dengan cara sebagai berikut:

1. Observasi

Melakukan pengamatan secara langsung di lokasi untuk memperoleh data yang diperlukan. Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan yang berhubungan dengan variabel penelitian, yaitu tentang kualitas produk, harga dan minat beli.

2. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah penelitian. Penulis mengadakan wawancara dengan pimpinan perusahaan dan konsumen *café dekatsu*.

3. Kuisisioner

Yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian

dijawabnya. Kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner tertutup yang telah diberi skor, dimana data tersebut nantinya dihitung secara statistik.

Tabel 3.3
Bobot Nilai

| Jawaban | Bobot nilai | |
|------------------------------|-------------|----------|
| | Positif | Negative |
| a. Sangat setuju | 5 | 1 |
| b. Setuju (S) | 4 | 2 |
| c. Ragu (R) | 3 | 3 |
| d. Tidak Setuju (TS) | 2 | 4 |
| e. Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 | 5 |

3.2.4.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2009: 65) mengemukakan bahwa validitas dapat menunjukkan sejauhmana alat ukur penelitian mampu mengukur variabel yang terdapat dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kestabilan suatu alat ukur yang shahih akan mempunyai validitas yang tinggi, begitu pula sebaliknya alat ukur yang kurang valid memiliki validitas rendah.

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total. Adapun rumus dari pada korelasi pearson adalah sebagaiberikut

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(\sum X^2 - (X)^2) \times (\sum Y^2 - (Y)^2)}}$$

Keterangan:

- r : koefisien validitas item yang dicari
- X : skor total yang diperoleh subjek dalam setiap item
- Y : skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- $\sum X$: jumlah skor dalam distribusi X yang berskala ordinal
- $\sum Y$: jumlah skor dalam distribusi Y yang berskala ordinal
- $\sum X^2$: jumlah kuadrat masing-masing skor X
- $\sum Y^2$: jumlah kuadrat masing-masing skor Y
- n : banyaknya responden

5%). Rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} : db = n - 2$$

Dimana:

t = nilai hitung

r = koefisien korelasi Pearson

n = ukuran sampel

Keputusan pengujian validitas instrumen dengan menggunakan taraf signifikan dengan 5% satu sisi adalah:

Tabel 3.4
Keputusan Pengujian Validitas Kualiatas Pelayanan

| variabel | Validitas | | | Kesimpulan |
|------------------------|------------|---------------------|---------------|------------|
| | Pertanyaan | Koefesien validitas | Titik keritis | |
| x-1 kualitas pelayanan | 1 | 0.548 | 0.195 | Valid |
| | 2 | 0.377 | 0.195 | Valid |
| | 3 | 0.659 | 0.195 | Valid |
| | 4 | 0.623 | 0.195 | Valid |
| | 5 | 0.570 | 0.195 | Valid |
| | 6 | 0.755 | 0.195 | Valid |
| | 7 | 0.734 | 0.195 | Valid |
| | 8 | 0.705 | 0.195 | Valid |
| | 9 | 0.669 | 0.195 | Valid |
| | 10 | 0.671 | 0.195 | Valid |
| | 11 | 0.783 | 0.195 | Valid |
| | 12 | 0.817 | 0.195 | Valid |
| | 13 | 0.837 | 0.195 | Valid |
| | 14 | 0.850 | 0.195 | Valid |
| | 15 | 0.818 | 0.195 | Valid |
| | 16 | 0.853 | 0.195 | Valid |
| | 17 | 0.841 | 0.195 | Valid |
| | 18 | 0.839 | 0.195 | Valid |
| | 19 | 0.819 | 0.195 | Valid |

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh koefisien validitas kuisioner kualitas pelayanan memiliki nilai diatas titik kritis r tabel 0,195.sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh kuisioner kualitas pelayanan valid dan reliabel

Tabel 3.5
Keputusan Pengujian Validitas Harga

| Variabel | Validitas | | | Kesimpulan |
|-----------|------------|---------------------|--------------|------------|
| | Pertanyaan | Koefesien Validitas | Ttik Keritis | |
| x-2 harga | 1 | 0.878 | 0.195 | Valid |
| | 2 | 0.939 | 0.195 | Valid |
| | 3 | 0.925 | 0.195 | Valid |
| | 4 | 0.961 | 0.195 | Valid |
| | 5 | 0.869 | 0.195 | Valid |

Tabel 3.6
Keputusan Pengujian Validitas Loyalitas

| Variabel | Validita | | | Kesimpulan |
|-------------|------------|---------------------|--------------|------------|
| | Pertanyaan | Koefesien Validitas | Ttik Keritis | |
| Y loyalitas | 1 | 0.934 | 0.195 | Valid |
| | 2 | 0.847 | 0.195 | Valid |
| | 3 | 0.875 | 0.195 | Valid |
| | 4 | 0.947 | 0.195 | Valid |

Dalam mengadakan interprestai mengenai besarnya koefisien korelasi menurut suharsimi arikunto (2009:164) dapat dilihat pada table

Tabel 3.7
Tabel interprestasi nilai r

| Besarnya Nilai | Interpretasi |
|------------------------|---------------------|
| Antara 0,700 s.d 1,00 | Sangat tinggi |
| Antara 0,600 s.d 0,500 | Tinggi |
| Antara 0,500 s.d 0,400 | Agak Tinggi |
| Antara 0,400 s.d 0,300 | Sedang |
| Antara 0,300 s.d 0,200 | Agak Tidak Tinggi |
| Antara 0,200 s.d 0,100 | Tidak Tinggi |
| Antara 0,100 s.d 0,000 | Sangat Tidak Tinggi |

Sumber : Arikunto (2009: 164)

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Iskandar (2005: 166), mengemukakan bahwa: “Reliabilitas suatu alat ukur menunjukkan kemampuan instrumen guna mengukur secara konsisten terhadap fenomena yang dirancang untuk diukur”. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan *internal consistency* dengan Teknik Belah Dua (*split half*) . metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yaitu sama besar (berdasarkan pemilihan genap-ganjil). Cara kerjanya adalah:

- a. item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok 1 dan kelompok II
- b. skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan II
- c. korelasikan skor total kelompok 1 dan skor total kelompok II
- d. hitun angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai brikut:

$$r_i = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Dimana:

r_i = reliabilitas internal seluruh instrumen

r_b = korelasi product moment antara belahan instrumen ganjil

dan belahan instrumen genap

Keputusan pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan taraf signifikan 5% satu sisi adalah:

- a. Jika thitung lebih dari atau sama dengan $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5% maka instrumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan.
- b. Jika thitung kurang dari $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5% satu sisi maka instrumen dinyatakan tidak reliabel dan tidak dapat digunakan

Jika hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS, maka sekumpulan butir pertanyaan dalam kuisisioner dapat diterima jika memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,7.

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

| variabel | Koefesien realibilitas | R kritis | keterangan |
|--------------------|------------------------|----------|------------|
| Kualitas pelayanan | 0,763 | 0.700 | Reliable |
| harga | 0,827 | 0,700 | Reliable |
| Loyalitas konsumen | 0.841 | 0,700 | reliabel |

Dari hasil pengujian reliabilitas instrument di atas, terlihat bahwa nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh masing-masing variabel lebih besar dari 0.7 yang menunjukkan bahwa ketiga variabel yang udah di uji sudah menunjukkan keandalannya sehingga sudah memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian.

3.2.4.3 Uji MSI (Data ordinal ke Interval)

Data yang akan dikumpulkan melalui kuisisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui “*Method of Succesive Intervals (MSI)*” (Hays, 1969: 39), dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Ambil data ordinal hasil kuesioner.
- b. Setiap pertanyaan dihitung proporsi (p) jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.
- c. Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data $n > 30$ dianggap mendekati luas daerah di bawah kurva normal.
- d. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal
- e. Menghitung nilai skala atau *Scale Value* dengan menggunakan formula sebagai berikut:

$$\text{Mean of Interval} = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{Area under upper limit} - \text{Area under lower limit}}$$

Dimana:

Mean of Interval = rata-rata interval

Density at lower limit = kepadatan batas bawah

Density at upper limit = kepadatan atas bawah

Area under upper limit = Daerah di bawah batas atas

Area under lower limit = daerah di bawah batas bawah

- f. Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus :

Nilai Transformasi = Nilai skala + Nilai Skala Minimal + 1.

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Adapun di dalam proses pengolahan data MSI tersebut, peneliti menggunakan bantuan program *software* MSI

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif/Kualitatif

Analisis Deskriptif/kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori ya dan tidak

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual

diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4 dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan dengan jumlah responden.

$$\% Skor = \frac{skor\ ideal}{skor\ aktual} \times 100\%$$

Sumber : Umi Narimawati (2007: 84)

Keterangan:

- a. Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan
- b. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.9 sebagai berikut:

Tabel 3.9
Skor actual dan skor ideal

| No | (%) jumlah skor | Criteria |
|----|------------------|------------|
| 1 | 20.00 -36.00 | Tidak Baik |
| 2 | 36.01 -52.00 | KurangBaik |
| 3 | 52.01 -68.00 | Cukup |
| 4 | 68.01 -84.00 | Baik |
| 5 | 84.01 – 100 | SangatBaik |

Sumber : Umi Narimawati(2007:84)

Berdasarkan pengkategorian tersebut, maka penulis dapat membuat kategori masing-masing variabel sebagaiberikut:

Tabel 3.10
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal
Pengkategorian Kualitas Pelayanan

| No | % JumlahSkor | Kriteria Kinerja | Kriteria Harapan |
|----|--------------|------------------|------------------|
| 1 | 20.00-36.00 | Tidak Baik | Tidak Penting |
| 2 | 36.01-52.00 | KurangBaik | Kurang Penting |
| 3 | 52.01-68.00 | CukupBaik | Cukup Penting |
| 4 | 68.01-84.00 | Baik | Penting |
| 5 | 84.01 – 100 | SangatBaik | SangatPenting |

Tabel 3.11
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal
Pengkategorian LoyalitasKonsumen

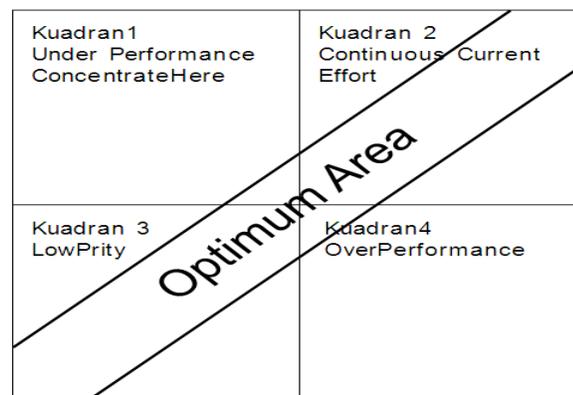
| No | % JumlahSkor | Kriteria |
|----|--------------|-------------|
| 1 | 20.00 -36.00 | TidakLoyal |
| 2 | 36.01 -52.00 | KurangLoyal |
| 3 | 52.01 -68.00 | CukupLoyal |
| 4 | 68.01 -84.00 | Loyal |

3.2.5.2 IPA (Importance Performance Analysis)

Sebelum peneliti mengukur loyalitas konsumen, terlebih dahulu peneliti akan mengukur kepuasan responden terhadap berbagai faktor yang berkaitan dengan jasa pelayanan cafe menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor – factor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor – factor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

IPA menggabungkan pengukuran factor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Interpretasi grafik IPA sangat mudah, dimana grafik IPA dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *importance – performance* sebagaimana terlihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 3.1
Model IPA (*Importance Performance Analysis*)



Sumber :Zeithaml, Bitner(126:2000)

Berikut penjelasan untuk masing – masing kuadran:

Kuadran I *Under Performance / Concentrate Here* adalah kuadran dimana tingkat kepentingan konsumen sangat tinggi namun kinerja perusahaan rendah. Sehingga konsumen menemukan ketidakpuasan. Pada kuadran ini harus merupakan prioritas utama untuk diperbaiki.

Kuadran II *Continue Current Efforts*, berarti pada kuadran ini tingkat kepentingan konsumen tinggi telah bertemu dengan kinerja perusahaan yang

juga tinggi, dengan kata lain konsumen akan merasa puas dan pada kuadran ini konsumen benar-benar loyal pada perusahaan dan akan melakukan *word of mouth* yang positif. Oleh sebab itu kualitas pelayanan yang telah berada dikuadran ini perlu dipertahankan prestasinya dan semua usaha – usaha yang selama ini telah dilakukan harus dikembangkan.

Kuadran III *Low Priority* adalah kuadran dimana tingkat kepentingan konsumen rendah dan kinerja perusahaan juga rendah sehingga jika hendak diperbaiki bukan merupakan prioritas utama.

Kuadran IV *Over Performance*, kuadran dimana tingkat kepentingan konsumen tidak terlalu tinggi namun kinerja perusahaan sangatlah baik, sehingga hal ini merupakan pemborosan bagi perusahaan / terjadi inefisiensi.

Optimum Area merupakan daerah dimana tingkat kepentingan konsumen telah dapat terpenuhi oleh kinerja perusahaan (kualitas pelayanan yang baik), namun bila masih berada pada kuadran *low priority*, belum tentu para konsumen tersebut telah melakukan *word of mouth* yang positif.

3.2.5.1.3 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena itu data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui “*Method*

Successive Interval” (Hays, 1969: 39). Selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi dan determinasi.

Sehingga analisis verifikatif pada penelitian ini di maksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen café dekatsu secara parsial.

1. Analisis Regresi dan Asumsi Klasik
2. Analisis regresi berguna untuk mendaptkan hubungan fungsional antara dua variabel atau lebih. Selain itu analisis regresi berguna untuk mendapatkan pengaruh antar variabel prediktor terhadap variabel kriteriumnya atau meramalkan pengaruh variabel prediktor terhadap variabel kriteriumnya **(Usman & Akbar, 2006)**.
3. Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.
4. Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

a. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Husein Umar, 2011: 181).

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu:

Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasi adalah normal.

Jika probabilitas $< 0,05$ maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolinieritas bila terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibatnya model tersebut mengalami kesulitan untuk

melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Frisch dalam Mandala, 2001: 268-270). Jika terdapat korelasi yang kuat diantara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah:

- Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir
- Nilai standar *error* setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga

Dengan demikian, berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang mengakibatkan standar *error*-nya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya Multikolinieritas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF). Menurut Gujarati (2005: 362), jika nilai VIF-nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinieritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gujarati (2005: 406), situasi Heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi Heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Untuk menguji ada tidaknya Heteroskedastisitas digunakan uji *Rank Spearman* yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (*error*) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat Heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen)

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antar observasi yang diukur berdasarkan deret waktu dalam model regresi atau dengan kata lain *error* dari observasi yang satu dipengaruhi oleh *error* dari observasi yang sebelumnya.

Akibat adanya autokorelasi dalam model regresi, koefisien regresi yang diperoleh menjadi tidak efisien, artinya tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan koefisien regresi menjadi tidak stabil. Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, dari data residual terlebih dahulu dihitung nilai statistik Durbin Watson (D-W).

Kriteria uji : bandingkan nilai D-W dengan nilai d dari tabel Durbin Watson:

- Jika $D-W < dL$ atau $D-W > 4 - dL$, kesimpulannya pada data terdapat Autokorelasi
- Jika $dU < D-W < 4 - dU$, kesimpulannya pada data tidak terdapat Autokorelasi
- Tidak ada kesimpulan jika $dL < D-W < dU$ atau $4 - dU < D-W < 4 - dL$. Apabila hasil uji Durbin Watson tidak dapat disimpulkan apakah terdapat Autokorelasi atau tidak, maka dilanjutkan dengan *runs test*.

5. Analisis Korelasi

Menurut sujana (1989) dalam umi narimawati, sri dewi anggadini, dan linna ismawati (2010:49) pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variable x dan y dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi pearson dengan rumus

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

Dimana:

r = koefisien korelasi

$\sum X$ = Jumlah skor total variabel bebas

$\sum Y$ = Jumlah skor total variabel terikat

n = Jumlah responden

Selanjutnya untuk menafsirkan korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat menurut Sugiyono (2005: 214) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.12
Interval Koefisien

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|---------------------------|-------------------------|
| 0,00 – 0,199 | Sangat Rendah |
| 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 0,40 – 0,599 | Sedang |
| 0,60 – 0,799 | Kuat |
| 0,80 – 1,000 | Sangat Kuat |

6. Analisis Koefisien Determinasi

Persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat

dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari $R^2 = SS_{reg} / SS_{tot}$.

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi Variabel Bebas dan Terikat

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah pengaruh variabel kualitas produk X1 dan variabel harga X2 terhadap variabel minat beli Y. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Langkah-langkah dalam analisisnya sebagai berikut:

1. Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji-t untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, hipotesisnya sebagai berikut:

Rumus uji-t yang digunakan adalah:

$$t_{hitung}(x_{1.2}) = \frac{b_{1.2}}{se(b_{1.2})}$$

T hitung diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

b. Hipotesis:

H1 : $\beta = 0$, Tidak terdapat pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan X1 terhadap Variabel loyalitas Y.

H1 : $\beta \neq 0$, Terdapat pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan X1 terhadap Variabel loyalitas Y

H2 : $\beta = 0$, Tidak terdapat pengaruh Variabel Harga X2 terhadap Variabel loyalitasY.

H2 : $\beta \neq 0$, Terdapat pengaruh Variabel Harga X2 terhadap Variabel loyalitasY

c. Kriteria Pengujian:

Ho ditolak apabila $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} ($\alpha = 0,05$). Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0,01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka Ho ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka Ho ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya diantara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

2. Pengujian secara simultan

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Rumus uji F yang digunakan

$$F_{\text{Hitung}} = \frac{JK/K}{JK_{(\text{Residu})}/\{N-(K+1)\}}$$

Dimana :

JK_{residu} = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah Variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama –bersama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F-kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan *micro –soft*. Jika nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{kritis}}$ maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (promosi dan lokasi) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Keputusan pembelian) ditolak dan sebaliknya.

Menurut Sugiyono (2009:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumusan *Pearson*.

b. Hipotesis

H_0 ; $\beta_1, \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga terhadap *Loyalitas Konsumen*

H_1 ; $\beta_1, \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh Kualitas dan Harga terhadap *Loyalitas Konsumen*

c. Kriteria pengujian

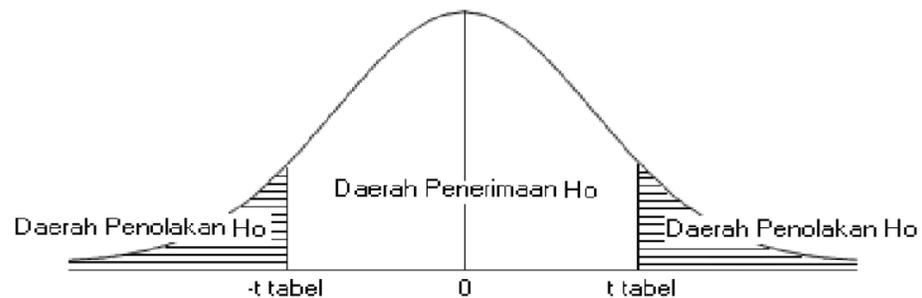
H_0 ditolak apabila $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} ($\alpha = 0,05$)

Apabila pada pengujian simultan H_0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah $y_{xi} \neq 0$. Untuk mengetahui y_{xi} yang tidak sama dengan 0, maka dilakukan

pengujian secara parsial.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan

H_1 :



Sumber : Sugiyono (2009: 185)

Gambar 3.2
Daerah penerimaan dan penolakan H_0