

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **3.1.1. Tempat Penelitian**

Untuk mempermudah proses pengumpulan data, peneliti akan fokus kepada konsumen yang berbelanja di Alfamidi Cempaka Putih. Alasan peneliti memilih Alfamidi Cempaka Putih dikarenakan pada pra survei yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa pelanggan Alfamidi Cempaka Putih cenderung kurang puas terhadap pelayanan Alfamidi Cempaka Putih, akan tetapi tetap menjadikan Alfamidi Cempaka Putih pilihan utama dalam berbelanja. Sehingga, peneliti menambahkan variabel kenyamanan lokasi untuk memperkuat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Alfamidi Cempaka Putih.

##### **3.1.2. Objek Penelitian**

Objek dari penelitian adalah gerai ritel Alfamidi, ruang lingkup pada penelitian ini difokuskan kepada konsumen yang sudah pernah datang dan menggunakan jasa Alfamidi Cempaka Putih.

##### **3.1.3. Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Juli 2014 hingga selesai.

##### **3.1.4. Batasan Penelitian**

Batas-batas pada penelitian ini adalah :

1. Produk dan pelayanan yang diteliti pada penelitian ini adalah produk dan pelayanan dari Alfamidi Cempaka Putih

2. Responden penelitian adalah pelanggan Alfamidi Cempaka Putih

### **3.2 Metode Penelitian**

Menurut Malhotra (2009:90) desain penelitian yang digunakan merupakan penelitian *conclusive* yang bersifat kausal (*causal research*), yang bertujuan untuk mempelajari hubungan sebab-akibat antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Desain penelitian *explanatory* dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal di mana peneliti ingin melakukan pengujian terhadap hipotesis-hipotesis dan menguji seberapa jauh pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yaitu antara kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan.

Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode survei. Menurut Malhotra (2009:196) metode survei yaitu kuisioner yang terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang spesifik. Berdasarkan dimensi waktu, Penelitian ini menggunakan studi lintas-seksi (*cross-sectional*) menurut Malhotra (2009:95) yaitu pengumpulan data dan informasi kepada responden yang dilakukan hanya satu kali .

### **3.3 Variabel Penelitian dan Pengukurannya**

Menurut Sugiyono (2009 : 60), variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Sesuai dengan judul penelitian ini, yaitu “Pengaruh Kepuasan

Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimoderasi Kenyamanan Lokasi pada Alfamidi Cempaka Putih”, maka terdapat beberapa variabel dalam penelitian ini yang terdiri dari variabel independen (X) yaitu kepuasan pelanggan, variabel (Y) yakni loyalitas pelanggan dan variabel moderasi (Z) yaitu kenyamanan lokasi

### **3.3.1 Variabel Dependen**

Menurut Sugiyono (2009:59) Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya Variabel Bebas. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan. loyalitas pelanggan akan muncul ketika pelanggan puas terhadap pelayanan dan kinerja dari suatu jasa atau barang, atau dapat dikatakan pelanggan telah menggunakan jasa atau produk sehingga dapat mengevaluasinya hingga tercipta loyalitas pelanggan.

### **3.3.2 Variabel Independen**

Menurut Sugiyono (2009:59) Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan

### **3.3.3 Variabel Moderasi**

Menurut Sugiyono (2009:60) variabel moderasi adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara

variabel independen dengan dependen. Variabel ini disebut juga variabel independen kedua. Pada penelitian ini kenyamanan lokasi adalah variabel moderator antara pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Adapun operasionalisasi variabel beserta konsep dan dimensinya dapat dilihat pada tabel 3.1.

Tabel 3.1  
Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan (X), Loyalitas Pelanggan (Y) dan Kenyamanan Lokasi (Z)

Variabel	Dimensi	Indikator
<b>Kepuasan Pelanggan</b> Kepuasan Pelanggan menurut Kotler dan Keller (2012 : 181).adalah perasaan senang atau kecewa pelanggan yang muncu setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut Tjiptono, dimensi kepuasan pelanggan terdiri dari: 1.Kualitas produk atau jasa 2.Harga 3.Kualitas Pelayanan 4. <i>Physical Evidence</i>	Kualitas Produk	1. Pelanggan puas terhadap kualitas produk yang ada di Alfamidi 2. Kerapihan display produk Alfamidi.
	Harga	1. Harga produk Alfamidi lebih murah. 2. Pelanggan puas dengan harga yang diberikan
	Karyawan	1. Keramahan Pegawai Alfamidi. 2. Kecepatan pelayanan pegawai Alfamidi
	Bukti Fisik	1. Desain interior toko Alfamidi menarik 2. Kebersihan Alfamidi terjaga.

<p><b>Loyalitas Pelanggan</b> Loyalitas Pelanggan menurut Amin Widjaja Tunggal (2008:6) adalah kelekatan pelanggan pada suatu merek, toko, pemberi jasa berdasarkan sikap menguntungkan dan tanggapan yang baik seperti pembelian ulang. Menurut Jacoby dan Chestnut yang dikutip oleh Rundle-Thiele dalam jurnalnya (2005) loyalitas pelanggan memiliki dimensi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembelian Berulang</li> <li>2. Retensi</li> <li>3. Rekomendasi</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><i>Pembelian Berulang</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Retensi</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Rekomendasi</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan pembelanjaan berulang di Alfamidi Cempaka Putih</li> <li>2. Ketika berbelanja kebutuhan sehari-hari Alfamidi Cempaka Putih adalah tujuan pertama</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alfamidi Cempaka Putih merupakan favorit dalam berbelanja sehari-hari.</li> <li>2. Alfamidi Cempaka Putih adalah yang terbaik jika berbelanja kebutuhan</li> <li>3. Tidak akan berpindah ke gerai ritel lain dalam berbelanja</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merekomendasikan Alfamidi Cempaka Putih kepada saudara atau teman dalam berbelanja</li> </ol>
<p><b>Kenyamanan Lokasi</b></p> <p>Menurut Seiders dalam jurnal Li-Wei Wu (2011) kenyamanan lokasi adalah persepsi pelanggan dari waktu dan upaya yang diperlukan untuk mencapai penyedia jasa. Menurut Brown dalam jurnal Jiang-Ling (2012) dimensi dari kenyamanan lokasi adalah tempat penyedia jasa, waktu yang dibutuhkan untuk mencapai penyedia jasa, dan usaha dalam mencapai penyedia jasa. Dimensi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Time</i></li> <li>2. <i>Place</i></li> <li>3. <i>Effort</i></li> </ol>	<p style="text-align: center;">Waktu</p> <p style="text-align: center;">Tempat</p> <p style="text-align: center;">Usaha</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak membutuhkan banyak waktu dalam mencapai Alfamidi</li> <li>2. Dekat dengan tempat tinggal</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berada di tempat yang strategis</li> <li>2. Memiliki sarana parkir yang besar dan nyaman</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak membutuhkan banyak usaha dalam mencapai Alfamidi</li> <li>2. Alfamidi mudah dijangkau oleh pelanggan.</li> </ol>

*Sumber: Data diolah peneliti*

### 3.3.4 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala likert untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang tercantum pada kuesioner tabel 3.2 sebagai berikut.

Tabel 3.2  
Bobot Penilaian Kuisisioner

Pilihan Jawaban	Bobot Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

*Sumber : Data diolah peneliti*

## 3.4 Metode Penentuan Sampel

### 3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2010:72), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini memilih populasi pelanggan Alfamidi Cempaka Putih. Jenis populasi yang akan diteliti adalah populasi *finite*, karena peneliti tidak mengetahui jumlah pelanggan yang ada pada Alfamidi Cempaka Putih, Maka peneliti melakukan observasi selama 2 hari untuk menentukan populasi dan sampel.

### 3.4.2 Sampel

Menurut Malhotra (2009:364) menyatakan bahwa sampel adalah subkelompok elemen yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi.

Dalam penentuan sampel ini penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5%, dan 10% menurut Sugiyono (2010:71).

Rumus :

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

Diketahui :

N = Populasi

n = Sampel

e = taraf kesalahan

Dengan menggunakan rumus Slovin, jumlah sampel dari populasi yang berjumlah 2296 orang (berdasarkan observasi selama 7 hari) dengan tingkat kesalahannya sebesar 5% adalah sebanyak 340 orang. Namun agar lebih representatif maka peneliti menjadikannya 350 responden.

Metode *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Uma Sekaran dan Roger Bougie (2010:276) *purposive sampling* adalah peneliti memperoleh informasi dari mereka yang paling siap dan memenuhi beberapa kriteria yang dibutuhkan dalam memberikan informasi.

Batasan dalam metode *purposive sampling* ini adalah pelanggan Alfamidi Cempaka Putih. Alasannya adalah diharapkan kriteria sampel yang akan diambil benar-benar memenuhi kriteria yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini diminta untuk mengisi kuesioner.

Dalam pengambilan sampel, peneliti akan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden yang berada di Alfamidi Cempaka Putih. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yang pengambilan objeknya telah ditentukan pada responden yang menjadi pelanggan Alfamidi Cempaka Putih.

### **3.5 Prosedur Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer, Menurut Uma Sekaran (2006:60), data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti. Dalam penelitian ini, sumber data yang didapat berdasarkan sementara metode pengumpulan data akan dilakukan lewat kuesioner. Kuesioner adalah pertanyaan yang sudah dibuat oleh peneliti di mana responden menjawab pertanyaan dalam alternatif yang sudah disediakan. Kuesioner dapat menjadi mekanisme pengumpulan data yang efisien apabila peneliti mengetahui apa yang dibutuhkan dan bagaimana mengukur variabel tersebut Sekaran (2006:182).

### **3.6 Metode Analisis**

Tujuan metode analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian.



### **3.6.1. Uji Instrumen**

#### **3.6.1.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur suatu konsep tertentu yang ingin diukur (Sekaran, 2006:39). Suatu kuesioner dikatakan *valid* jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05

Kriteria penerimaan validitas antara lain:

Apabila  $p\text{-value} < 0.05$ : uji validitas diterima (*valid*).

Apabila  $p\text{-value} > 0.05$ : uji validitas ditolak. (tidak *valid*).

#### **3.6.1.2 Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah suatu pengukuran yang mengindikasikan stabilitas dan konsistensi di mana item yang digunakan dapat mengukur konsep secara konsisten dan membantu untuk mengukur *goodness of measure* Sekaran (2006:138). Untuk mengukur reliabilitas, Cronbach's Alpha akan digunakan. Semakin dekat koefisien Cronbach's Alpha ke 1.0, maka akan semakin baik. Secara umum, Cronbach's Alpha yang kurang dari 0.6 dikategorikan buruk. Untuk Cronbach's Alpha yang berada di range 0.7 dapat diterima, dan apabila berada di range 0.8 dianggap baik. Oleh karena

itu, koefisien Cronbach's Alpha yang akan digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur reliabilitas antara lain:

Apabila koefisien Cronbach's Alpha  $> 0.6$ : uji reliabilitas baik (reliabel)

Apabila koefisien Cronbach Alpha  $< 0.6$ : uji reliabilitas tidak baik (tidak reliabel).

### **3.6.2 Uji Asumsi**

#### **3.6.2.1. Uji Goodness of Fit**

Pengujian hipotesis kompatibilitas (*goodness of fit*) merupakan pengujian hipotesis untuk menentukan apakah suatu himpunan frekuensi yang diharapkan sama dengan frekuensi yang diperoleh dari suatu distribusi, seperti distribusi binomial, poisson, normal, atau dari perbandingan lain. Jadi, uji *goodness of fit* merupakan pengujian kecocokan atau kebaikan suai antara hasil pengamatan (frekuensi pengamatan) tertentu dengan frekuensi yang diperoleh berdasarkan nilai harapannya (frekuensi teoretis). Langkah-langkah pengujian hipotesis *goodness of fit* ialah sebagai berikut:

- a. Menentukan hipotesis
- b. Menentukan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) dan nilai  $\chi^2$  dari tabel
- c. Menentukan kriteria pengujian
- d. Menentukan nilai uji statistik
- e. Membuat kesimpulan

### 3.6.2.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen dan tidak orthogonal atau nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), nilai *tolerance* yang besarnya di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 5 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas pada variabel independennya.

### 3.6.3. Analisis Regresi Berjenjang

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *hierarchichal regression* (regresi berjenjang). Regresi berjenjang adalah regresi berganda yang dilakukan di mana proses pemasukan variabel independennya dilakukan secara bertahap dan tidak secara otomatis Widhiarso, (2009). Ada beberapa cara untuk melakukan regresi berjenjang.

#### 3.6.3.1. Uji interaksi (Moderated Regression Analysis).

Moderated Regression Analysis (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) dengan rumus persamaan regresi.

Rumus persamaannya adalah

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3 | x_1 - x_2 | \dots\dots\dots$$

Di mana:

$x_1$  = Variabel independen

$x_2$  = Variabel moderasi

$x_1x_2$  = Interaksi antara variabel independen dan variabel moderasi

Variabel perkalian antara  $x_1$  dan  $x_2$  merupakan variabel moderasi karena menggambarkan pengaruh variabel moderasi  $x_2$  terhadap hubungan  $x_1$  dan  $y$  Wijaya (2011).

### 3.6.3.2. Uji Nilai Selisih Mutlak

Rumus persamaannya adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3 |x_1 - x_2| \dots\dots\dots$$

Di mana

$x_1$  = Variabel independen

$x_2$  = Variabel moderasi

$|x_1 - x_2|$  = selisih nilai mutlak

Uji selisih nilai mutlak ini dilakukan dengan melihat selisih dari standardized score untuk melihat pentingnya variabel masing masing variabel bebas secara relatif dalam mengeliminasi perbedaan atau mempertemukan kondisi unit ukuran variabel bebas Ghazali (2009).

Dalam penelitian ini, akan digunakan kombinasi dari kedua metode ini, di mana akan dilakukan uji interaksi dengan melakukan mean centered dengan tujuan untuk meminimalisir multikolinearitas yang mungkin terjadi di saat variabel moderasi dikalikan dengan

variabel independennya Wu (2011). Oleh karena itu, persamaan regresi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 CS_i + \beta_2 LC_i + \beta_3 (CS_i * LC_i) + e$$

Di mana:

Y = Customer Loyalty

CS = Customer Satisfaction

LC = Locational Convenience

i = respondent

e = error

### **3.6.4. Uji Hipotesis**

#### **3.6.4.1. Uji t (Regresi Parsial)**

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap variable dependen yang lain konstan.

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

- Apabila probabilitas signifikan kurang dari 5%, maka hipotesis alternatif diterima.
- Apabila probabilitas signifikan lebih dari 5%, maka hipotesis alternatif ditolak.

#### **3.6.4.2. Analisis Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi. Jika koefisien determinasi nol berarti variabel independen sama sekali

tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.