

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Oprasional**

##### **3.1.1 Variabel Penelitian**

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012 : 2). Variabel penelitian terdiri atas dua macam, yaitu : variabel terikat (*dependent variable*) atau variabel yang tergantung pada variabel lainnya, dan variabel bebas (*independent variable*) atau variabel yang tidak bergantung pada variabel lainnya. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

##### 1. Variabel Terikat (*dependent variable*)

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti (Ferdinand, 2006:26). Variabel dependen dalam penelitian ini yang menjadi adalah : keputusan pembelian (Y).

## 2. Variabel tidak terikat (*independent variable*)

Variabel independen yang dilambangkan dengan (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006:26). Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

Kualitas layanan (X)

X1 = *tangibles*

X4 = *responsiveness*

X2 = *reliability*

X5 = *assurance*

X3 = *empathy*

### 3.1.2 Definisi Operasional

**Tabel 3.1 Operasional Variabel**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
<p><b>Kualitas Layanan</b></p> <p>Kualitas Layanan adalah persepsi kualitas layanan dan hasil dari perbandingan layanan yang diharapkan.</p> <p>(Sumber: Parasuraman et.al, 1988)</p>	<p><i>Tangible</i> (Bukti Fisik)</p> <p>Berkenaan dengan penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi.</p> <p>(Sumber: Parasuraman et.al, 1988)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fasilitas yang tersedia lengkap</li> <li>2. Kebersihan, keindahan, dan kerapian tempat</li> <li>3. Karyawan rapi dan sopan</li> </ol>	Likert
	<p><i>Reliability</i> (Keandalan)</p> <p>Kemampuan untuk memberikan apa yang dijanjikan, meyakinkan dan akurat.</p> <p>(Sumber: Parasuraman et.al, 1988)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keandalan melayani konsumen</li> <li>2. Melestarikan budaya antri</li> <li>3. Ketepatan waktu layanan</li> </ol>	Likert

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
	<p><i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)</p> <p>Kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat .</p> <p><b>(Sumber: Parasuraman et.al, 1988)</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keramahan dalam melayani</li> <li>2. Kesiediaan menerima saran</li> <li>3. Memberikan pelayanan yang cepat</li> </ol>	Likert
	<p><i>Assurance</i> (jaminan)</p> <p>Pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan .</p> <p><b>(Sumber: Parasuraman et.al, 1988)</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan karyawan</li> <li>2. Pengalaman karyawan melayani konsumen</li> <li>3. Memberi perasaan aman dan nyaman kepada pelanggan</li> </ol>	Likert
	<p><i>Emphaty</i> (empati)</p> <p>Tingkat kepedulian dan perhatian individual yang diberikan kepada pelanggan.</p> <p><b>(Sumber: Parasuraman et.al, 1988)</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemudahan proses pemotretan</li> <li>2. Memahami kebutuhan pelanggan</li> <li>3. Melayani dengan sepenuh hati</li> </ol>	Likert

Keputusan Pembelian	Keputusan Pembelian  Kegiatan atau perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek  <b>(Sumber: Tjiptono dan Chandra, 2007)</b>	1. Tampilan fisik studio 2. Kehandalan karyawan melayani 3. Ketanggapan karyawan 4. Jaminan produk 5. Empati karyawan terhadap konsumen	Likert
---------------------	--	---	--------

*Sumber : Gunawan, Ketut dan Djati, Sundring Pantja (2011)*

Penelitian yang dilakukan nantinya akan menggunakan alat bantu berupa kuesioner, yang mana jawaban-jawaban responden tersebut akan diukur dengan menggunakan skala Likert.

Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor.

Skala Likert 1-5 dengan keterangan sebagai berikut :

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
3. Skor 3 untuk jawaban Netral (N)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

## 3.2 Populasi dan Sampel

### 3.2.1 Populasi

Populasi menurut Arikunto (2006:130) merupakan keseluruhan subjek penelitian.

Dalam penelitian kuantitatif, masalah yang sering dihadapi peneliti umumnya berkaitan dengan populasi yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Skies Photography.

### 3.2.2 Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2012:61). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Skies Photography.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012:62). Agar sampel yang diambil dapat mewakili populasi, maka pengambilan sampelnya harus tepat.

Ukuran populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak dapat diketahui secara pasti, sehingga jumlah sampel yang digunakan dihitung dengan rumus sebagai berikut (Widiyanto, 2008:59) :

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

Z = Skor pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka Z = 1,96

Moe = *Margin of error*, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dilihat dari rumus tersebut, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4 \cdot (10\%)^2}$$

$$n = 96,04 = 97$$

Dari hasil perhitungan rumus di atas maka dapat diperoleh jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 97, atau dilakukan pembulatan menjadi 100 responden.

Adapun pengambilan sampel ini dengan menggunakan sampel *non probability* dengan teknik *purposive sampling* yaitu merupakan salah satu metode penentuan sampel dengan kriteria tertentu. Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Laki-laki dan wanita yang pernah memakai jasa Skies Photography
2. Bersedia menjadi responden.

### 3.3 Jenis dan Sumber 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. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal langsung dari responden. Data responden sangat diperlukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keputusan pembelian konsumen terhadap jasa Skies photography yang dilihat dari kualitas produk dan kualitas layanan. Dalam hal ini data diperoleh secara

langsung dengan membagi kuesioner atau daftar pertanyaan kepada konsumen.

## 2. Data Skunder

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 internet dan majalah yang berhubungan dengan judul skripsi.

## 3.4 Metode Pengumpulan Data

### 3.4.1 Kuesioner

Dalam usaha memperoleh data yang dibutuhkan, metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan responden akan memberi respon atas pertanyaan tersebut. Dalam penelitian ini kuesioner menggunakan pertanyaan tertutup dan terbuka. Pengukuran variabel dilakukan dengan skala Likert yang menggunakan metode scoring. Kuesioner ini menggunakan sistem tertutup, yaitu bentuk pertanyaan yang disertai alternatif jawaban dan responden tinggal memilih salah satu dari alternatif jawaban tersebut. Data yang dikumpulkan meliputi :

1. Identitas responden
2. Data mengenai tanggapan terhadap variabel – variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian.

### **3.4.2 Wawancara**

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian.

### **3.4.3 Studi Pustaka**

Studi pustaka adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur yang dapat menunjang serta melengkapi data yang diperlukan serta berguna bagi penyusunan penelitian ini.

## **3.5 Metode Analisis Data**

Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan.

Tujuan metode analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul.

### **3.5.1 Analisis Data Kualitatif**

Analisis data kualitatif adalah bentuk analisa yang berdasarkan dari data yang dinyatakan dalam bentuk uraian. Data kualitatif ini merupakan data yang hanya dapat diukur secara langsung (Hadi, 2001). Proses analisis kualitatif ini dilakukan dalam tahapan sebagai berikut :

#### **a. Pengeditan (*Editting*)**

Pengeditan adalah memilih atau mengambil data yang perlu dan membuang data yang dianggap tidak perlu, untuk memudahkan perhitungan dalam pengujian hipotesis.



b. Pemberian Kode (*Coding*)

Proses pemberian kode tertentu terhadap macam dari kuesioner untuk kelompok ke dalam kategori yang sama.

c. Pemberian Score (*Scoring*)

Mengubah data yang bersifat kualitatif ke dalam bentuk kuantitatif. Dalam penelitian ini urutan pemberian skor menggunakan skala Likert.

d. *Tabulating*

Pengelompokkan data atas jawaban dengan benar dan teliti, kemudian dihitung dan dijumlahkan sampai berwujud dalam bentuk yang berguna. Berdasarkan hasil tabel tersebut akan disepakati untuk membuat data tabel agar mendapatkan hubungan atau pengaruh antar variabel yang ada.

Bagian analisis ini akan membahas mengenai bentuk sebaran jawaban responden terhadap seluruh konsep yang diukur. Dari sebaran jawaban responden selanjutnya akan diperoleh satu kecenderungan atas jawaban responden tersebut. Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap jawaban masing-masing variabel akan didasarkan pada nilai rata-rata skor jawaban yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor berikut menurut Nurgiyantoro (2004):

**Rumus Interval**

$$\begin{aligned} & \frac{\text{Jumlah skor tertinggi} - \text{Jumlah skor terendah}}{\text{Jumlah kelas (variabel)}} \\ = & \frac{(5 \times 100) - (1 \times 100)}{5} \\ = & \frac{500 - 100}{5} \end{aligned}$$

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

$$= 80$$

Berdasarkan hasil penghitungan interval kelas sebesar 80, maka dapat dibuat rentang skor dari jawaban 100 responden sebagai berikut :

**Tabel 3.2 Rentang Skor Variabel Kualitas Layanan**

No	Rentang Skor	Keterangan
1	100 – 180	Sangat Tidak Baik
2	181 – 260	Tidak Baik
3	261 – 340	Cukup Baik
4	341 – 420	Baik
5	421 – 500	Sangat Baik

### 3.5.2 Analisis Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif adalah bentuk analisa yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik untuk menguji kebenaran hipotesis penelitian yang telah diajukan sebelumnya.

### 3.5.3 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012:2) definisi valid adalah derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Berdasarkan definisi diatas, maka validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat tes (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur dan diinginkan dengan tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran

tentang variabel yang dimaksud. Penelitian ini menggunakan faktor analisis melalui program SPSS versi 20, pernyataan dikatakan valid apabila faktor loading di atas 0,5 dan nilai MSA  $> 0,5$ .

Data yang diperoleh tersebut dianalisis dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Faktor analisis ini dilakukan untuk mengetahui indikator-indikator mana saja yang relevan dengan variabel penelitian, *component matrix* merupakan nilai *factor loading* dari variabel-variabel komponen faktor. Nilai *factor loading* yang disyaratkan yaitu lebih besar atau sama dengan 0,5 maka dinyatakan relevan (Hair *et al.*, 2010: 441).

#### **3.5.4 Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005). Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach*. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan komputer program SPSS. Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah :

- a. Apabila koefisien  $\text{Alpha} \geq 0,6$ , maka kuesioner tersebut reliabel.
- b. Apabila koefisien  $\text{Alpha} \leq 0,6$ , maka koesioner tersebut tidak reliabel.

#### **3.5.5 Analisis Regresi**

Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Dimana untuk mencapai tujuan pertama yaitu menganalisis pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda (*Multiple regresional analisis*). Regresi berganda dilakukan terhadap model lebih dari satu variabel bebas, untuk diketahui pengaruhnya terhadap variabel terikat (Santoso, 2000). Pada penelitian ini menggunakan alat bantu program statistik *SPSS for windows* untuk mempermudah proses pengolahan data-data penelitian dari program tersebut akan didapatkan output berupa hasil pengolahan dari data yang telah dikumpulkan, kemudian output hasil pengolahan data tersebut diinterpretasikan dan akan dilakukan analisis terhadapnya.

Setelah dilakukan analisis barulah kemudian diambil sebuah kesimpulan sebagai sebuah hasil dari penelitian. Regresi berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Pada regresi berganda terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian terhadap Skies photography. Model hubungan keputusan pembelian dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan

Y : Keputusan pembelian (variabel dependen)

X1 : *Tangibles*

X2 : *Realibility*

X3 : *Empathy*

X4 : *Responsiveness*

X5 : *Assurance*

a : Konstanta

b1-b5: Koefisien regresi variabel

*e* : *error*

### **3.6 Uji Hipotesis**

#### **3.6.1 Uji t**

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi variasi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X benar-benar berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Dalam melakukan uji t, digunakan penyusunan hipotesis yang akan diuji, berupa hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) :

$H_0$  = Variabel kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap

keputusan konsumen untuk melakukan pembelian jasa Skies photography

$H_a$  = Variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan

konsumen untuk melakukan pembelian jasa Skies photography

#### **3.6.2 Uji F**

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005). Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah :

Ho : Variabel-variabel bebas yaitu *Tangibles, Realibility, Empathy,*

*Responsiveness, Assurance* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian.

Ha : Variabel-variabel bebas *Tangibles, Realibility, Empathy,*

*Responsiveness, Assurance* mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variable terikatnya yaitu keputusan pembelian.

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. Taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ )
- b. Distribusi t dengan derajat kebebasan ( $n - k$ )
- c. Apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- d. Apabila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### **3.6.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinan ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) nol 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. Selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).