

III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

3.1.1 Penelitian Pustaka

Penelitian dilakukan dengan mempelajari bahan bacaan, buku dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian.

3.1.2 Penelitian Lapangan

Penelitian dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden yaitu konsumen di Gerai Indomaret dan Alfamart Jl. KH. Ghalib Pringsewu dan dalam proses pengisian kuesioner peneliti mendampingi responden. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja paling sedikit dua kali di Gerai Indomaret dan Alfamart Jl. KH. Ghalib Pringsewu. Penelitian dilakukan selama 14 hari yaitu pada tanggal 15 sampai dengan 28 Maret 2010.

3.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi merupakan sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam satu riset khusus

(Suprpto, 2001:87). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang berbelanja di Indomaret dan Alfamart Jl. KH. Ghalib Pringsewu, oleh karena itu populasi ini merupakan populasi tak terbatas karena tidak dapat diketahui secara pasti jumlah sebenarnya dari konsumen yang datang berbelanja ke Indomaret dan Alfamart.

Sampel adalah sebagian individu yang diteliti, yang dipandang dapat menggambarkan secara representatif mengenai keadaan populasi (Arikunto, 2002:109). Penelitian ini tidak melibatkan seluruh individu mengingat populasi begitu besar dan sampel yang diambil dianggap telah mampu mewakili secara keseluruhan. Pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa agar dapat diperoleh sampel yang menggambarkan populasi yang sebenarnya.

Mengingat identitas populasi sudah diketahui, maka prosedur pencarian responden dilakukan berdasar *accidental sampling*, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang dijumpai ditempat tertentu, bila dipandang konsumen yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono,1997 : 64).

Adapun pertimbangan yang dipakai penulis mengacu pada saran Roscoe didalam bukunya Sekaran (2003:295) mengenai ukuran sampel, yaitu ukuran sampel yang layak digunakan dalam suatu penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 responden. Sehingga jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden dari konsumen yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian di Gerai Indomaret maupun Alfamart Jl. KH. Ghalib Pringsewu. Penelitian dilakukan pada tanggal 10

sampai dengan 20 Maret 2010 di Gerai Indomaret dan Alfamart Jl. KH. Ghalib Pringsewu.

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini dikemukakan dalam rangka membantu menjelaskan pokok subyek dan batasan pengertian untuk variabel - variabel tersebut. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah :

3.3.1 Variabel Independen (X)

Variabel bebas atau *independent variable* (X) adalah variabel yang tidak tergantung pada variabel lainnya, artinya dapat berdiri sendiri. Dalam penelitian ini variabel independennya adalah bauran pemasaran eceran (*retail marketing mix application*), yaitu meliputi :

1. *Store Location* dengan indikatornya lokasi yang strategis, kemudahan akses, transportasi umum dan tempat parkir.
2. *Product Characteristic* dengan indikatornya ketersediaan produk, ketersediaan jumlah barang, ketersediaan jenis barang, dan kualitas produk.
3. *Customer Service* dengan indikatornya kesiapan karyawan, pengetahuan karyawan, jumlah karyawan dan layanan suara pelanggan.
4. *Retail Communication* dengan indikatornya penerbitan katalog, fasilitas kartu keanggotaan, pemasangan spanduk dan penawaran produk di kasir.
5. *In-Store Ambience* dengan indikatornya berupa penggunaan unsur - unsur desain interior, pengaturan cahaya, tata suara, dan sistem pengaturan udara.

6. *Retail Price Consideration* dengan indikatornya pertimbangan harga eceran pesaing, kesesuaian harga pada etalase/rak dengan harga pada kasir, program diskon dan potongan harga, diskon *member card*.
7. *Store Design* dengan indikatornya ruangan yang nyaman, kesesuaian luas area/toko, penataan etalase dan pengelompokan barang.
8. *Visual Merchandising* dengan indikator promo sesuai dengan *event* yang sedang berlangsung, penempatan produk baru atau promo pada rak terdepan, *counter* tersendiri atau ditawarkan oleh kasir pada saat transaksi pembayaran.

3.3.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel terikat atau *dependent variable* (Y) yaitu variabel yang tidak dapat berdiri sendiri, bergantung pada variabel lain. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan Indomaret dan Alfamart Gerai Jl. KH. Ghalib Pringsewu.

3.4 Pengukuran Variabel

Teknik pengukuran data ordinal yang diperoleh dari kuesioner yang diolah menggunakan skala Likert. Seperti diungkapkan oleh Sugiyono (2003:15) bahwa “Data Ordinal adalah data yang berbentuk rangking atau peringkat, dan jarak antara satu data dengan data yang lain tidak sama.”. Sedangkan menurut Sugiyono (2003:86) “Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi, seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial”. Untuk memberikan nilai terhadap jawaban dalam kuesioner dibagi menjadi lima tingkat

alternatif jawaban yang disusun bertingkat dengan pemberian bobot nilai (skor) sebagai berikut:

Pembobotan Jawaban Kuesioner

- a. Sangat setuju = 5
- b. Setuju = 4
- c. Ragu-ragu = 3
- d. Tidak setuju = 2
- e. Sangat tidak setuju = 1

3.5 Pengujian Alat Instumen

3.5.1 Uji Validitas

Digunakan untuk menunjukkan sejauh mana kuesioner dapat mengukur kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS 13 menggunakan analisis faktor. Analisis faktor merupakan salah satu bagian dari analisis multivariat (analisis yang melibatkan banyak variabel).

Analisis faktor menganalisis sejumlah variabel dari suatu pengukuran atau pengamatan yang dititikberatkan pada teori dan kenyataan yang sebenarnya dan menganalisis interkorelasi (hubungan) antarvariabel tersebut untuk menetapkan apakah variasi - variasi yang tampak dalam variabel tersebut berasal atau berdasarkan sejumlah faktor dasar yang jumlahnya lebih sedikit dari jumlah variasi yang ada pada variabel.

Menurut Imam Ghozali (2006: 272) pernyataan dikatakan valid apabila faktor loadingnya diatas 0,50. Berdasarkan pendapat Imam Ghozali tersebut maka pernyataan dalam penelitian ini valid dan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Muhammad Idrus (2007:151) reliabilitas adalah keajegan instrumen saat digunakan kapan saja dan siap saja maka akan cenderung menghasilkan data yang sama atau hampir sama dengan yang sebelumnya. Dalam penelitian ini digunakan teknik uji reliabilitas internal dengan rumus *Alpha Croanbach*, yaitu :

$$r_{xy} = \frac{2 \cdot r_{xy}}{1 + r_{xy}}$$

Dimana

r = Koefisien kereliabelan atau reabilitas instrument

r_{xy} = Koefisien *korelasi product moment*

Dengan tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$ (tingkat kepercayaan 95 %) maka :

Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, berarti kuesioner tersebut dinyatakan reliabel.

Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$, berarti kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliabel

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Kualitatif

Data kualitatif yaitu data penelitian yang bukan angka, yang sifatnya tidak dapat dihitung berupa informasi atau penjelasan yang didasarkan pada pendekatan teoritis dan penilaian logis. Analisis ini dilakukan dengan cara menganalisis permasalahan dan mencari jalan pemecahan masalah dengan menggunakan data yang terkumpul dari hasil kuesioner yang dihubungkan dengan teori pemasaran atau pendekatan - pendekatan yang berkaitan dengan bauran pemasaran eceran (*retail marketing mix*) dan kepuasan pelanggan.

3.6.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis dengan menggunakan pendekatan atau rumus statistik. Dalam penelitian ini analisis kuantitatif yang digunakan yaitu analisis regresi logistik dengan *nagelkerke R square* (R^2), uji model logistik secara parsial (uji wald), dan $\exp(B)/\text{odd ratio}$. Perhitungan regresi dan perhitungan lain yang mendukung analisis dilakukan dengan menggunakan program SPSS 13.0. *Analisis regresi binary logistic* yaitu salah satu pendekatan model matematis yang digunakan untuk menganalisa hubungan satu atau beberapa variabel independen dengan sebuah variabel yang bersifat dikotom (Susanto, 2005:155).

Analisis regresi logistik digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang positif dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dengan model regresi sebagai berikut :

$$Y = \log\left(\frac{P_i}{1 - P_i}\right) = \beta + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + U_i$$

Sumber : [http:// www.geocities.com/ bagusco4/logistik-solver.html](http://www.geocities.com/bagusco4/logistik-solver.html)

Dimana :

y = 1 jika responden puas
= 0 jika responden tidak puas

X1 = *Store location*

X2 = *Product characteristic*

X3 = *Customer service*

X4 = *Retail communication*

X5 = *In-store ambience*

X6 = *Retail price consideration*

X7 = *Store design*

X8 = *Visual merchandising*