

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1. Definisi Konsep

1. Kualitas pelayanan (X1)

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) "*service quality is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership in anything*" atau dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan sesuatu. Dalam kenyataan ternyata tidak mudah untuk membedakan suatu produk sebagai barang atau jasa secara tepat, karena adanya saling melengkapi antara keduanya.

2. Citra merek (X2)

Menurut Kotler dan Keller (2016), citra merek adalah tanggapan konsumen akan suatu merek yang didasarkan atas baik dan buruknya merek yang diingat konsumen. Citra merek merupakan keyakinan yang terbentuk dalam benak konsumen tentang objek produk yang telah dirasakannya.

3. Harga (X3)

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), harga dapat didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagih untuk suatu produk atau jasa adalah nilai suatu barang atau jasa. Atau dapat didefinisikan secara

luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai konsumen yang di ciptakannya.

4. Kepuasan konsumen (Y)

Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan konsumen adalah sebuah perasaan senang atau kecewa seseorang yang telah muncul setelah membandingkan antarkinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak akan puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen akan puas.

3.2. Definisi Operasional

1. Variabel Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), ada lima indikator kualitas pelayanan sebagai berikut:

- a. *Tangibel* (Berwujud)
- b. *Reliability* (Kehandalan)
- c. *Responsiveness* (Ketanggapan)
- d. *Assurance* (Jaminan)
- e. *Emphaty* (Empati)

2. Variabel Citra Merek

Menurut Kotler dan Keller (2016) ada lima indikator utama yang

membentuk citra sebuah merek jasa sebagai berikut:

- a. *Brand Identity* (identitas merek)
- b. *Brand Personality* (personalitas merek)
- c. *Brand Association* (asosiasi merek)
- d. *Brand Attitude & Behavior* (sikap dan perilaku merek)
- e. *Brand Benefit & Competence* (manfaat dan keunggulan merek)

3. Variabel Harga

Menurut Kotler dan Armstrong terjemahan Solohin (2010), ada tiga indikator dalam mengukur harga sebagai berikut:

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga

4. Variabel Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler & Keller (2016) ada lima indikator dalam mengukur kepuasan konsumen sebagai berikut:

- a. Kesesuaian harapan
- b. Minat berkunjung kembali
- c. Kesiediaan merekomendasikan
- d. Bersedia membayar lebih
- e. Memberi masukan

3.3. Jenis Penelitian

Sifat penelitian ini adalah Tek yang dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, citra merek, dan harga. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskriptifkan data-data yang dikumpulkan agar bisa memecahkan masalah penelitian. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Dimana data-data yang dikumpulkan berupa angka kemudian dianalisis dan dideskripsikan untuk mendapatkan kesimpulan yang benar dan akurat (Sugiyono, 2018).

3.4. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018), data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data secara langsung kepada subyek, sebagai sumber informasi data yang akan dicari. Sumber data primer dari penelitian ini adalah pengisian kuisioner dari responden penelitian.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018), data sekunder adalah data yang diperoleh dan digali melalui hasil pengolahan pihak kedua baik

berupa data kualitatif maupun data kuantitatif. Data sekunder penelitian ini diperoleh dari jurnal, internet, serta buku yang relevan.

2. Sumber Data

Angket atau kuesioner digunakan untuk melakukan pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini sesuai dengan jawaban yang diberikan oleh responden dalam penelitian ini. Kuesioner yang diberikan pada responden dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2018). Angket peneliti sebarakan secara langsung saat melakukan penelitian.

3.5. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018) populasi adalah kelompok subyek yang akan dikenai generalisasi hasil dari penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta. Sample pada penelitian ini adalah mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta yang menggunakan layanan jasa grabfood. Populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti sehingga jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlah populasi pastinya, dapat di hitung dengan mengambil minimal 5 kali jumlah variabel yang dianalisa atau indikator pertanyaan. Ukuran sampel akan lebih diterima apabila memiliki rasio 10:1. Jumlah indikator dalam penelitian ini berjumlah 18,

maka di peroleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 10 \\ &= 18 \times 10 \\ &= 180\end{aligned}$$

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2018) sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti atau sebagian jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang terwakili. Sample pada penelitian ini adalah mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta yang menggunakan layanan jasa grabfood Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 180 orang. Penelitian ini menggunakan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan menetapkan pertimbangan- pertimbangan atau kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel dalam penelitian ini. Adapun kriteria yang dijadikan sampel penelitian yaitu sebagai berikut:

- a. Merupakan mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta yang memiliki aplikasi grab.
- b. Merupakan mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta yang pernah menggunakan layanan jasa grabfood minimal 2 kali.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan bentuk instrumen

pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang ditujukan kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2018).

Dalam penelitian ini jawaban dari responden diberi skor dengan mengacu pada skala likert dengan skor penilaian sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Netral (N)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

3.7. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018), uji validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang kita gunakan mampu mengukur apa yang kita ingin ukur dan bukan mengukur yang lain. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Adapun kriteria penilaian uji validitas adalah :

- a. Apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka instrumen dinyatakan valid.
- b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator. Sebuah kuesioner dapat disebut reliabel atau andal apabila pernyataan yang dibuat menghasilkan jawaban yang stabil dan konsisten. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas yang digunakan adalah *Cronbach's Alpha*. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika koefisien reliabilitas minimal 0,6 (Sugiyono, 2017).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas adalah untuk menguji apakah variabel penelitian memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam analisis ini peneliti menggunakan metode parametrik dengan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* menggunakan program SPSS 22.00 dengan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi < 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghozali (2018) uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Dalam pengujian ini menggunakan nilai

variance inflationfactor (VIF) pada model regresi, jika (VIF) <10, maka variabel tersebut mempunyai persoalan dengan variabel bebas lainnya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Wiyono, 2011). Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji *Glejser*, model regresi dinyatakan tidak mengandung adanya heteroskedastisitas jika probabilitas signifikansi di atas tingkat kepercayaan 5% ($\text{sig} > 0,05$).

3.8. Metode Analisis

1. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis ini dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variable bebas (Produksi dan Kualitas) terhadap variabel terikat (Harga) dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan rumus sebagai berikut, (Wiyono, 2011).

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

Dimana :

Y = Kepuasan konsumen

a = Konstanta

X_1 = Kualitas pelayanan

x_2 = Citra merek

x_3 = Harga

b = Koefisien Regresi

e = *standar error* (faktor pengganggu)

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji Keterandalan (F-test)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.05 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghozali, 2018).

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Imam Ghozali (2018) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (dependen). Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

c. Uji T (*t-test*)

Menurut Ghozali (2018) Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel depeden. Pengujian ini menggunakan program SPSS 22.00 dengan taraf signifikansi 5%. Kriteria uji t adalah sebagai berikut:

Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka H_a diterima.

Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_o ditolak.

