

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai lokasi dan kualitas pelayanan pada SPBU 34-43215 Cianjur sebagai variabel bebas (*independent variabel*), serta loyalitas konsumen pada SPBU 34-43215 Cianjur sebagai variabel terikat (*dependent variabel*).

Variabel bebas yang pertama adalah lokasi perusahaan yang terdiri dari akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan, persaingan, dan peraturan pemerintah. Variabel bebas yang kedua adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*. Sedangkan variabel terikat adalah loyalitas konsumen yang terdiri dari melakukan pembelian secara teratur, pembelian di luar lini produk perusahaan, menolak produk lain, kekebalan terhadap produk pesaing.

Objek yang dijadikan responden pada penelitian ini adalah supir bis dari bis Bandung-Merak. Adapun penelitian ini akan dilaksanakan selama 10 bulan yaitu Maret 2007-Desember 2007. Objek yang diteliti adalah lokasi, kualitas pelayanan, dan loyalitas konsumen. Berdasarkan objek penelitian tersebut, maka dapat dianalisis mengenai pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada minyak solar di SPBU 34-43215 Cianjur

3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif, sebab tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk menjelaskan atau menggambarkan pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen di SPBU 34-43215 Cianjur. Dengan meneliti suatu perilaku Loyalitas Konsumen di SPBU 34-43215 Cianjur.

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut pendapat Sugiyono (2005:11) penelitian *deskriptif* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain. Melalui jenis penelitian *deskriptif* maka dapat diperoleh deskripsi mengenai 1) gambaran lokasi pada SPBU 34-43215 Cianjur, 2) gambaran kualitas pelayanan pada SPBU 34-43215 Cianjur, 3) gambaran loyalitas konsumen pada minyak solar di SPBU 34-43215 Cianjur.

Sedangkan jenis penelitian *verifikatif* pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Dimana dalam penelitian ini akan diuji pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada minyak solar di SPBU 34-43215 Cianjur.

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey explanatory*. Menurut Kerlinger (1973) dalam Sugiyono (2005:7), mengemukakan bahwa:

Metode survei adalah metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Berdasarkan kurun waktu penelitian yang dilaksanakan pada kurun waktu 10 bulan yaitu mulai dari bulan Maret tahun 2006 sampai dengan bulan Desember 2007, maka metode penelitian yang dipergunakan adalah metode *cross sectional*. *Cross sectional method* adalah suatu jenis desain riset yang terdiri dari pengumpulan informasi mengenai sampel tertentu dari elemen populasi hanya satu kali. (Malhotra, 2004:95)

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dioperasionalisasikan dalam dua variabel utama Bauran Produk dan Loyalitas Pelanggan. Secara rinci, operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

Penelitian ini yang merupakan variabel bebas yaitu lokasi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2), sedangkan variabel terikat yaitu loyalitas konsumen (Y). Adapun penjabaran operasionalisasi sebagai berikut :

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Lokasi (X ₁)	Pemilihan Lokasi (Fandi Tjiptono, 2000 : 42)	Acces	Tingkat kemudahan bagi konsumen untuk mencapai lokasi SPBU 34-43215 Cianjur	Ordinal	1
		Visibilitas	Tingkat kecepatan mencapai lokasi SPBU 34-43215 Cianjur	Ordinal	2
		Lalu lintas	Tingkat kemacetan kendaraan yang masuk ke SPBU 34-43215 Cianjur	Ordinal	3
			Tingkat banyaknya kendaraan yang berlalu-lalang di depan SPBU 34-43215 Cianjur	Ordinal	4
		Tempat Parkir	Tingkat keleluasaan tempat parkir di SPBU 34-43215 Cianjur	Ordinal	5
			Tingkat keamanan tempat parkir di SPBU 34-43215 Cianjur	Ordinal	6
		Ekspansi	Tingkat luasnya lahan yang tersedia untuk keperluan usaha di SPBU 34-43215 Cianjur	Ordinal	7
		Lingkungan	Tingkat keamanan di lingkungan sekitar SPBU 34-43215 cianjur	Ordinal	8
		Persaingan	Tingkat ketertarikan terhadap SPBU lain dengan SPBU 34-43215 Cianjur	Ordinal	9
		Peraturan Pemerintah	Tingkat kesesuaian peraturan pemerintah dengan kegiatan yang dijalankan SPBU 34-43215 Cianjur	Ordinal	10

			Tingkat kebijakan pemerintah dalam menetapkan harga BBM	Ordinal	11
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas Pelayanan (Kotler 2001:69)	Tangibles	Tingkat ketersediaan toilet di SPBU 34-43215 Cianjur	Ordinal	12
			Tingkat kebersihan toilet di SPBU 34-43215 Cianjur	Ordinal	13
			Tingkat ketersediaan fasilitas di tempat ibadah SPBU 34-43215 Cianjur	Ordinal	14
			Tingkat kebersihan tempat ibadah di SPBU 34-43215 Cianjur	Ordinal	15
			Tingkat ketersediaan fasilitas di cafetaria SPBU 34-43215 Cianjur	Ordinal	16
			Tingkat kebersihan cafetaria di SPBU 34-43215 Cianjur	Ordinal	17
		Emphaty	Tingkat perhatian petugas SPBU 34-43215 Cianjur terhadap keluhan pelanggan	Ordinal	18
		Reliability	Tingkat kecepatan petugas dalam melayani konsumen waktu pembelian BBM di SPBU 34-43215 Cianjur	Ordinal	19
			Tingkat kesesuaian jumlah petugas di SPBU 34-43215 Cianjur dengan pelayanan yang dibutuhkan konsumen	Ordinal	20
		Responsiveness	Tingkat kemampuan petugas SPBU 34-43215 Cianjur dalam merespon keluhan pelanggan	Ordinal	21
			Tingkat kecepatan petugas SPBU 34-43215 Cianjur dalam menanggapi pelanggan	Ordinal	22

			yang membutuhkan bantuan		
		Assurance	Tingkat keramahan petugas SPBU 34-43215 Cianjur pada pelanggan	Ordinal	23
			Tingkat kepercayaan konsumen terhadap SPBU 34-43215 Cianjur	Ordinal	24
Loyalitas konsumen (Y)	Karakteristik konsumen yang loyal (Jill Griffin, 2002:4)	Pembelian ulang	Tingkat keinginan melakukan pembelian ulang di SPBU 34-43215 Cianjur	Ordinal	25
		Pembelian produk lain	Tingkat keinginan melakukan pembelian produk lain di SPBU 34-43215 Cianjur (Oli)	Ordinal	26
		Penolakan terhadap produk pesaing	Tingkat pembelian minyak solar selain di SPBU 34-43215 Cianjur	Ordinal	27
		Kekebalan terhadap produk pesaing	Tingkat kekebalan penolakan pembelian produk pada SPBU lain selain di SPBU 34-43215 Cianjur	Ordinal	28

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Adapun data yang diperlukan dalam penelitian ini dikategorikan menjadi dua, yaitu:

1. Data primer

Merupakan data yang diperoleh dari kuisioner yang disebarkan kepada sejumlah responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi dalam penelitian ini.

2. Data sekunder

Merupakan data-data yang diperoleh dari pihak lain yaitu dari buku, literatur, artikel, serta situs di internet.

Untuk mengetahui jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut ini.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

NO	DATA	JENIS DATA	SUMBER DATA
1	Bidang usaha dan profil perusahaan	Sekunder	SPBU
2	Karakteristik responden	Primer	Konsumen
3	Tanggapan responden tentang pelayanan perusahaan	Primer	Konsumen
4	Tanggapan tentang lokasi perusahaan	Primer	Konsumen
5	Tanggapan responden tentang loyalitas konsumen pada minyak solar	Primer	Konsumen

Sumber : Data Primer : SPBU 34-43215 Cianjur

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1. Populasi

Riduwan (2005:10) menyatakan bahwa: "Populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek peneliti". Sedangkan Sugiyono (2005:90), menyatakan bahwa : "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang menjadi kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Jadi populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah yang memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Ada dua jenis populasi, yaitu populasi terbatas dan populasi tidak terbatas (tak terhingga).

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah supir bis Bandung-Merak yang mengunjungi SPBU 34-43215 Cianjur yang berjumlah 1200 bis perbulan (wawancara dengan Bapak M. Rachmat Sopiandi,SE yang menjabat sebagai manajer dan survei pada SPBU 34-43215 Cianjur).

3.2.4.2 Sampel

Untuk pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang presentatif dan mewakili maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel. Menurut Suharsimi Arikunto (2006:131), yang dimaksud dengan sampel adalah "sebagian atau wakil populasi yang diteliti". Adapun menurut Sugiyono (2004:73), yang dimaksud

dengan sampel adalah "bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu".

Pada suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan beberapa faktor, diantaranya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia sehingga peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang tidak diteliti. Menurut Sugiyono (2004:73), "Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Berdasarkan hal tersebut sampel dalam penelitian ini adalah bis yang datang ke SPBU 34-43215 Cianjur yaitu bis Bandung-Merak.

Teknik yang digunakan dalam menentukan besarnya ukuran sampel yang akan diteliti salah satunya adalah dengan cara menggunakan cara Slovin, yaitu ukuran sampel merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan persentase kelonggaran ketidaktelitian, karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, maka taraf kesalahan yang ditetapkan adalah sebesar 10%. Menurut Riduwan, apabila subjeknya besar, dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.

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

(Husein Umar, 2002:141)

dimana: n = ukuran sampel
 N = ukuran populasi
 e = taraf kesalahan

Menurut Winarno Surakhmad (1998:100) bahwa “Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik”.

Adapun perhitungan jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini, yaitu :

Diketahui:

$$N = 1200 ; e = 10\% = 0,1$$

Maka:

$$n = \frac{1200}{1 + 1200(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1200}{1 + 1200(0,01)}$$

$$n = \frac{1200}{13}$$

$$n = 92,3 \approx 94 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini dengan taraf kesalahan 10% diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 94 orang responden.

3.2.4.3. Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2005:91) menyatakan bahwa: “Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel”. Dalam penelitian ini konsumen yang akan dijadikan sampel bersifat homogen dan tersebar di seluruh populasi. Untuk mendapatkan sampel representatif, maka harus diupayakan subjek dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi unsur sampel, sehingga digunakan *systematic random sampling* atau pengambilan sampel acak sistematis. Harun Al Rasyid (1994:66), menyatakan bahwa : “pada keadaan tertentu, sampling sistematis bisa dilakukan sekalipun tidak ada kerangka samplingnya”.

Populasi dalam penelitian ini adalah populasi yang bergerak (*mobile population*), maka teknik pengambilan sampel disesuaikan dengan langkah kerja menurut Harun Al Rasyid (1994:67) sebagai berikut :

1. Menentukan dengan tegas konsumen yang akan disurvei, yaitu supir bis yang datang ke SPBU 34-43215 Cianjur. Menurut hasil perhitungan diperoleh 40 bis perhari.
2. Menentukan dengan tegas dari jam berapa sampai jam berapa penelitian akan dilaksanakan. Dalam hal ini penelitian dilakukan dari jam 08.00 WIB sampai 17.00 WIB sesuai dengan kedatangan bis. Waktu penelitian untuk mengumpulkan data di lapangan dilakukan selama 3 hari.
3. Menentukan dengan tegas sebuah *check point* (tempat menghitung) pada objek yang akan diteliti. Ditentukan *check point*-nya adalah pintu masuk. Dari perhitungan diperoleh bahwa rata-rata konsumen yang akan diteliti adalah sebanyak 40 orang/hari.

4. Kemudian menentukan interval yaitu perbandingan antara jumlah jam kerja dengan rata-rata konsumen yang diteliti per hari. Jam kerja selama 9 jam = 540 menit. Jadi intervalnya adalah $540 \text{ menit} / 20 = 27 \text{ menit}$.
5. *Starting point*-nya menit ke 20, setiap 20 menit konsumen SPBU 34-43215 Cianjur yang datang diberikan kuesioner/angket untuk diisi. Hal ini dilakukan pada jarak waktu yang telah ditentukan.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Studi kepustakaan, yaitu suatu teknik untuk mendapatkan data teoritis dari para ahli melalui sumber bacaan yang berhubungan dan menunjang terhadap variabel-variabel yang diteliti yang terdiri lokasi, kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen.
2. Studi lapangan, yang terdiri dari :
 - a. Observasi, yaitu pengamatan dan peninjauan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu SPBU 34-43215 Cianjur, khususnya mengenai lokasi, kualitas pelayanan, loyalitas konsumen, dan lain-lain.
 - b. Wawancara, yaitu pengumpulan data melalui komunikasi langsung dengan pihak SPBU 34-43215 Cianjur untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan, jumlah konsumen, pelayanan, lokasi, serta loyalitas konsumen.
 - c. Angket/kuesiner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada reponden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2005:162). Angket berisi

pertanyaan mengenai karakteristik responden, lokasi dan pelayanan, serta loyalitas konsumen. Angket ditujukan kepada supir bis Bandung-Merak.

Untuk lebih jelasnya mengenai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.3 berikut ini.

TABEL 3.3
TEKNIK PENGUMPULAN DATA DAN TUJUAN PENELITIAN

NO	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	SUMBER DATA	DIGUNAKAN UNTUK TUJUAN PENELITIAN					
			T-1	T-2	T-3	T-4	T-5	T-6
1	Wawancara	Pihak manajer SPBU 34-43215 Cianjur	√	√	√	-	-	-
2	Angket/Kuesioner	Supir bis Bandung-Merak	√	√	√	√	√	√
3	Studi Kepustakaan	Lokasi perusahaan, kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen	√	√	√	-	-	-
4	Observasi	Aktivitas pengembangan pelayanan	√	√	√	-	-	-

3.2.6 Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1. Validitas

Di dalam penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Menurut Suharsimi Arikunto (2006:168) Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas (Husein Umar, 2002:110) :

1. Mendefinisikan secara operasional suatu yang konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden.

3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*, yang rumusnya seperti berikut :

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

dimana : r = Indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan (Suharsimi Arikunto, 2006 :170)

Pengujian keberartian koefisien korelasi dilakukan dengan taraf kesalahan 10%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}; dk = n-2$$

Keputusan uji validitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $t_{hitung} > t_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Method of Successive Interval (MSI)

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:131).

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.

- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

$$Scale\ Value = \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)}$$

- f. Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 13 *for windows*. Adapun hasil pengujian validitas instrumen penelitian untuk 94 responden adalah sebagai berikut:

TABEL 3.4
PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No	Variabel	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
A	LOKASI (X)			
	Acces			
1	Kemudahan bagi konsumen untuk mencapai lokasi SPBU 34-43215 Cianjur	0.4930	0.374	Valid
	Visibilitas			
2	kecepatan mencapai lokasi SPBU 34-43215 Cianjur	0.4203	0.374	Valid
	Lalu lintas			
3	kemacetan kendaraan yang masuk ke SPBU 34-43215 Cianjur	0.4750	0.374	Valid
4	banyaknya kendaraan yang berlalu-lalang di depan SPBU 34-43215 Cianjur	0.5629	0.374	Valid
	Tempat Parkir			
5	keleluasaan tempat parkir di SPBU 34-43215 Cianjur	0.5043	0.374	Valid
6	keamanan tempat parkir di SPBU 34-43215 Cianjur	0.5401	0.374	Valid
	Ekspansi			
7	luasnya lahan yang tersedia untuk keperluan usaha di SPBU 34-43215 Cianjur	0.5276	0.374	Valid
	Lingkungan			
8	keamanan di lingkungan sekitar SPBU 34-43215 cianjur	0.5692	0.374	Valid
	Persaingan			
9	ketertarikan terhadap SPBU lain dengan SPBU 34-43215 Cianjur	0.6151	0.374	Valid
	Peraturan Pemerintah			
10	kesesuaian peraturan pemerintah dengan kegiatan yang dijalankan SPBU 34-43215 Cianjur	0.4443	0.374	Valid

11	kebijakan pemerintah dalam menetapkan harga BBM	0.4009	0.374	Valid
B	Kualitas Pelayanan (X2)			
	<i>Tangibles</i>			
1	ketersediaan toilet di SPBU 34-43215 Cianjur	0.3852	0.374	Valid
2	kebersihan toilet di SPBU 34-43215 Cianjur	0.4236	0.374	Valid
3	ketersediaan fasilitas di tempat ibadah SPBU 34-43215 Cianjur	0.4161	0.374	Valid
4	kebersihan tempat ibadah di SPBU 34-43215 Cianjur	0.6987	0.374	Valid
5	ketersediaan fasilitas di cafetaria SPBU 34-43215 Cianjur	0.6227	0.374	Valid
6	kebersihan cafetaria di SPBU 34-43215 Cianjur	0.5907	0.374	Valid
	Keinginan mengunjungi kembali Kebun Binatang Bandung	0.7310	0.374	Valid
	<i>Emphaty</i>			
7	perhatian petugas SPBU 34-43215 Cianjur terhadap keluhan pelanggan	0.4161	0.374	Valid
	<i>Reliability</i>			
8	kecepatan petugas dalam melayani konsumen waktu pembelian BBM di SPBU 34-43215 Cianjur	0.4009	0.374	Valid
9	kesesuaian jumlah petugas di SPBU 34-43215 Cianjur dengan pelayanan yang dibutuhkan konsumen	0.4591	0.374	Valid
	<i>Responsiveness</i>			
10	kemampuan petugas SPBU 34-43215 Cianjur dalam merespon keluhan pelanggan	0.8079	0.374	Valid
11	kecepatan petugas SPBU 34-43215 Cianjur dalam menanggapi pelanggan yang membutuhkan bantuan	0.6151	0.374	Valid
	<i>Assurance</i>			
12	keramahan petugas SPBU 34-43215 Cianjur pada pelanggan	0.4009	0.374	Valid
13	kepercayaan konsumen terhadap SPBU 34-43215 Cianjur	0.5061	0.374	Valid

C	LOYALITAS KONSUMEN (Y)			
1	keinginan melakukan pembelian ulang di SPBU 34-43215 Cianjur	0.4236	0.374	Valid
2	keinginan melakukan pembelian produk lain di SPBU 34-43215 Cianjur (Oli)	0.4161	0.374	Valid
3	pembelian minyak solar selain di SPBU 34-43215 Cianjur	0.6597	0.374	Valid
4	kekebalan penolakan pembelian produk pada SPBU lain selain di SPBU 34-43215 Cianjur	0.6227	0.374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2008

3.2.6.2 Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Reliabel menurut Suharsimi Arikunto (2006:178) artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (Husein Umar, 2002:113).

Pada penelitian ini reliabilitas di cari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5.

Rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

(Husein Umar, 2002:125 dan Suharsimi Arikunto, 2006:188)

dimana : r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σ_i^2 = varians total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ($\sum \sigma^2$) sebagai berikut :

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

(Husein Umar, 2002:127)

dimana : n = jumlah sampel ; σ = nilai varians

x = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 10% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 10% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 13 *for window*. Adapun hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian untuk 94 responden adalah sebagai berikut:

TABEL 3.5
PENGUJIAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Lokasi	0.8231	0.374	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	0.9208	0.374	Reliabel
3	Loyalitas Konsumen	0.8131	0.374	Reliabel

3.2.7 Teknik Analisis Data

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap Loyalitas konsumen.

Pada penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh koresponden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu :

1. Menyusun Data

Kegiatan ini dilakukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, serta pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

- a. Memberi skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item

c. Menyusun rangking skor pada setiap variabel penelitian

3. Pengujian

Untuk menguji hipotesis maka dalam penelitian ini digunakan analisis Regresi Linier Ganda. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini menggunakan data *Method of Successive Interval* (MSI) hasil pengisian kuesioner untuk menganalisis pengaruh dari lokasi (X1) dan pelayanan (X2) dengan Loyalitas konsumen sebagai variabel terikat (Y)

a. Analisis Regresi Linier Ganda

Teknik analisa regersi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi liner ganda. Menurut Sugiyono (2005:210), “Analisa regresi linier ganda digunakan oleh peneliti, bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua variabel independent sebagai faktor prediktor dimanipulasi (naik turunkan nilainya)”.

Berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel indepeden yaitu lokasi (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂). Sedangkan variabel dependen adalah loyalitas konsumen (Y), data hasil tabulasi diterapkan pada pendekatan penelitian yaitu dengan analisa regresi ganda.

1. Model persamaan regresi linier ganda X₁, dan X₂ atas Y adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + \varepsilon \quad (\text{Sugiyono, 2006:211})$$

2. Untuk mencari koefisien regresi b_1 , b_2 dan a digunakan persamaan simultan sebagai berikut:

$$\sum X_1Y = b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 \sum X_2$$

$$\sum X_2Y = b_1 \sum X_1X_2 + b_2 \sum X_2^2$$

$$a = Y - b_1X_1 - b_2X_2$$

4. Setelah harga a , b_1 dan b_2 diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menghitung korelasi ganda masing-masing variabel independen dengan variabel dependen dengan rumus berikut:

$$(RX_1X_2Y) = \sqrt{\frac{b_1 \sum X_1Y + b_2 \sum X_2Y + Y}{\sum Y^2}}$$

5. Selanjutnya untuk uji signifikansi koefisien korelasi ganda dicari

F_{hitung} dulu kemudian dibandingkan dengan F_{tabel}

$$F_{hitung} = \frac{R^2(n-m-1)}{m(1-R^2)} \quad \text{sumber Sugiyono (2006:224)}$$

Keterangan :

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung

R = Nilai koefisien Korelasi ganda

m = jumlah variabel bebas

n = jumlah sampel

6. Menurut Sugiyono (2006:183) untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh, dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 3.6
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi koefisien Korelasi

<i>Besar Koefisien</i>	<i>Klasifikasi</i>
0,000 – 0,199	Sangat rendah/ lemah dapat diabaikan
0,200 – 0,399	Rendah/lemah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Tinggi/kuat
0,800 – 1,00	Sangat Tinggi/Sangat Kuat

Sumber Sugiyono (2006:183)

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam penggunaan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tak bebas, dengan asumsi $0 \leq r^2 \leq 1$

$$KD = r^2 \times 100\% \dots\dots\dots(Ridwan, 2006:136)$$

Keterangan

KD = nilai koefisien determinan

r = nilai koefisien korelasi

Kemudian untuk menafsirkan sejauh mana pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu dalam tabel. Nilai koefisien penentu berada di antara 0-100%. Jika nilai

koefisien penentu makin mendekati 100% berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat. Semakin mendekati 0, berarti semakin lemah pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sehingga dengan demikian dibuat pedoman interpretasi koefisien penentu sebagai berikut :

TABEL 3.7
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
KOEFISIEN DETERMINASI

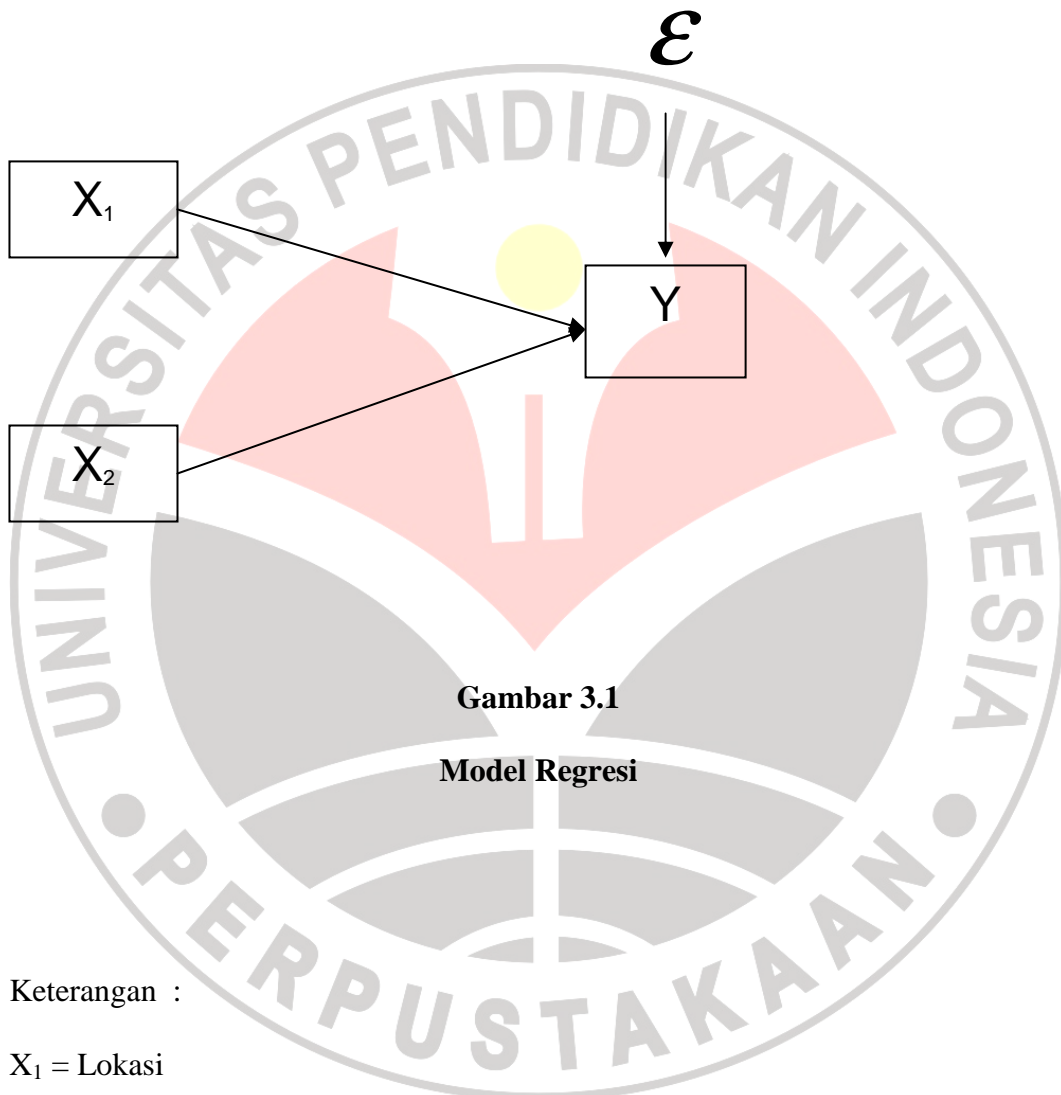
INTERVAL KOEFISIEN	TINGKAT PENGARUH
0 – 19,99%	Sangat Lemah
20% - 39,99%	Lemah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2005:215)

c. Uji Hipotesis

Objek penelitian yang ,menjadi variabel bebas atau independent variable yaitu lokasi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2), sedangkan variabel dependen adalah loyalitas pelanggan (variabel Y) yaitu gap antara apa yang diterima dan dirasakan oleh pelanggan. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi linier ganda untuk delapan variabel tersebut. Adapun yang menjadi hipotesis utama dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif antara lokasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di SPBU 34-43215 Cianjur. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji keberartian koefisien arah regresi.

Hipotesis yang diajukan yaitu lokasi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y). Hipotesis tersebut digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1

Model Regresi

Keterangan :

X_1 = Lokasi

X_2 = Kualitas Pelayanan

Y = Loyalitas Konsumen

\mathcal{E} = residu (variable lain diluir variable X yang berepengaruh) ke variable akibat (endogenous) dinyatakan oleh besarnya nilai numerik dari variable eksogenous.

Untuk menguji signifikansi koefisien arah regresi dilakukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$F = \frac{S^2_{reg}}{S^2_{sis}} \quad (\text{Sudjana, 2001:16})$$

Secara statistik pengujian hipotesis signifikansi arah regresi adalah :

$H_0 : \rho_1 = 0$, koefisien arah regresi tidak berarti, artinya tidak terdapat pengaruh antara lokasi dan kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen di SPBU 34-43215 Cianjur.

$H_0 : \rho_1 > 0$, koefisien arah regresi berarti, artinya terdapat pengaruh antara lokasi dan kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen di SPBU 34-43215 Cianjur.

Signifikansi koefisien korelasi antara variabel X dan Y diuji dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student ($t_{student}$). Rumus dari distribusi student adalah:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Riduwan, 2006:137})$$

Keterangan :

t = distribusi student

r = koefisien korelasi product moment

n = banyaknya data

kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-1) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

$H_1 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara lokasi dan kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen di SPBU 34-43215 Cianjur.

$H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh antara lokasi dan kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen di SPBU 34-43215 Cianjur.