

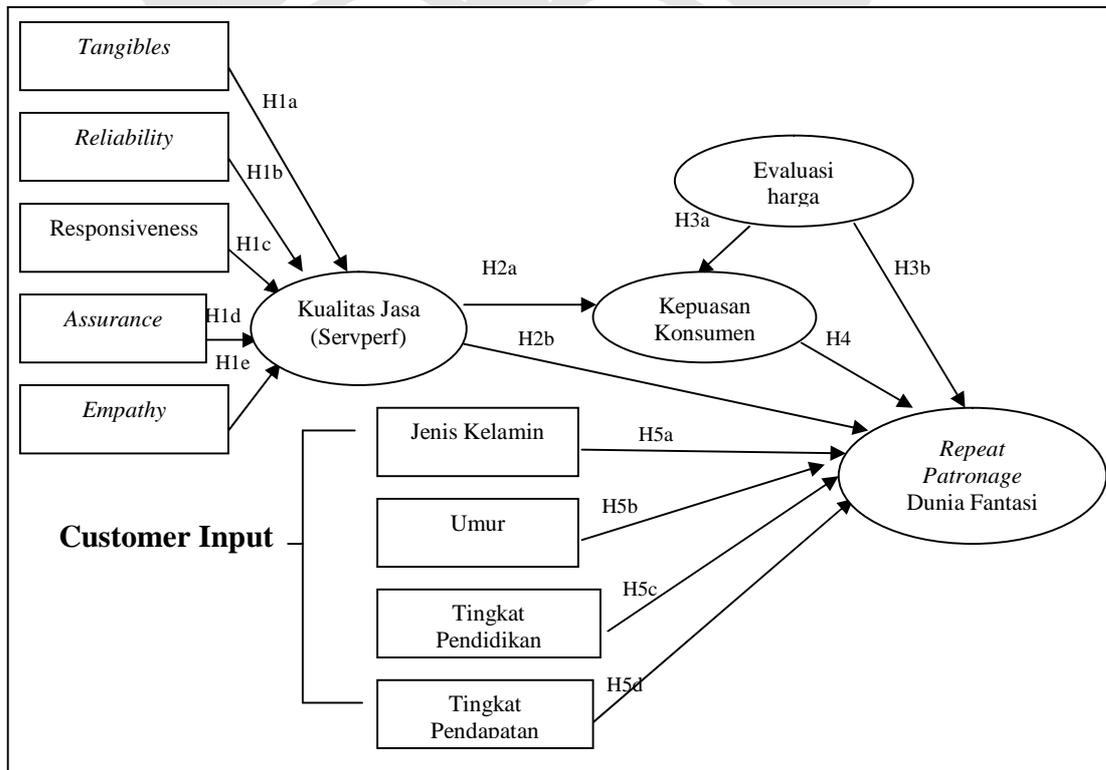
BAB IV

METODOLOGI PENELITIAN

4.1. Model Penelitian

Model penelitian pada penelitian ini merupakan modifikasi dari beberapa model penelitian yang telah dilakukan oleh Cronin dan Taylor (1992), Parasuraman et al. (1994), Andaleeb dan Conway (2006), dan Chow et al. (2007). Model Penelitian ini memiliki empat variabel utama yaitu variabel kualitas jasa, variabel kepuasan konsumen, variabel evaluasi harga, dan variabel *repeat patronage*.

Gambar IV-1 Model Penelitian



Sumber: Dikembangkan oleh peneliti dari beberapa model penelitian (Chow et al. (2007), Cronin dan Taylor (1992), Parasuraman et al. (1994), Andaleeb dan Conway (2006))

Modifikasi pada model penelitian tersebut bertujuan untuk membuktikan analisis penelitian sebelumnya akan faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap kecenderungan konsumen untuk melakukan kunjungan secara berulang. Selain itu, modifikasi penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti-peneliti sebelumnya mengenai faktor-faktor penyebab *repeat patronage* terbukti juga pada objek penelitian *theme park* Dunia Fantasi. Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dimana Parasuraman et al. (1985) membagi konstruk kualitas jasa kedalam 10 dimensi dan 97 item pertanyaan, kemudian dalam perkembangannya Parasuraman et al. (1998) memampatkan 10 dimensi tersebut menjadi lima dimensi. Kelima dimensi tersebut adalah *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Penelitian yang akan dilakukan saat ini ingin membuktikan apakah kelima dimensi tersebut dapat berhubungan positif atau searah dengan kualitas jasa yang diberikan oleh Dunia Fantasi dalam hipotesis sebagai berikut:

H1a-e: Kualitas jasa yang terdiri dari dimensi (a) *Tangible*, (b) *Reliability*, (c) *Responsiveness*, (d) *Assurance*, dan (e) *Empathy* akan berhubungan positif dengan kualitas jasa.

Chow et al. (2007) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa terdapat faktor kualitas jasa secara signifikan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dan *repeat patronage*. Hubungan positif antara kualitas jasa, kepuasan konsumen, dan *repeat patronage* selama ini juga terus mengalami perkembangan dimana beberapa penelitian itu telah dilakukan oleh Cronin dan Taylor (1992 dan 1994), Parasuraman et al. (1994) dan Brady et al. (2002). Cronin dan Taylor (1992) menyatakan bahwa hubungan ketiga konstruk tersebut adalah kualitas jasa saat ini merupakan fungsi dari kualitas jasa keseluruhan dan kepuasan konsumen. Kemudian penelitian selanjutnya, Cronin dan Taylor (1994) dan Brady et al. (2002) dalam penelitiannya

menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan variable moderator antara kualitas jasa dan frekuensi kunjungan. Hasil-hasil penelitian diatas menjadi dasar bagi hipotesis H2a dan H2b dalam penelitian ini.

H2a-b: Semakin tinggi kualitas jasa yang ditawarkan Dunia Fantasi akan meningkatkan (a) kepuasan konsumen dan keinginan konsumen melakukan (b) *repeat patronage* dimasa yang akan datang.

Berdasarkan *transaction-specific model* Parasuraman et al. (1994) telah menggambarkan secara keseluruhan bahwa perhitungan kepuasan konsumen merupakan fungsi dari perhitungan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga. Hubungan positif antara harga dan kepuasan konsumen ini juga telah dibuktikan pada penelitian Andaleeb dan Conway (2005) yang telah dibahas pada tinjauan pustaka. Selain itu, berdasarkan konsep *total retail experience* menyatakan bahwa aspek harga dan lokasi dapat menjadi faktor-faktor alternatif yang mempengaruhi *repeat patronage*. Penelitian ini juga akan membuktikan apakah terdapat hubungan yang signifikan antara harga, kepuasan konsumen, dan *repeat patronage*.

H3a-b: Semakin rendah tingkat kesesuaian antara harga aktual dengan ekspektasi konsumen akan menurunkan (a) tingkat kepuasan konsumen dan keinginan konsumen melakukan (b) *repeat patronage* dimasa yang akan datang.

Pada penelitian ini peneliti memiliki prediksi bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara kepuasan konsumen dan *repeat patronage*. Hal ini didasari oleh hasil-hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya hubungan yang positif pada kedua konstruk tersebut.

H4 : Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen akan meningkatkan keinginan konsumen melakukan *repeat patronage* dimasa yang akan datang.

Chow et al. (2007) dalam penelitiannya menyatakan bahwa perbedaan *personal characteristic* mempengaruhi perilaku pembelian konsumen lainnya daripada kualitas jasa. *Personal characteristic* seperti jenis kelamin, tingkat umur, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan yang menjadi dimensi konstruk *customer input* pada penelitian Chow et al. (2007) menyatakan terdapat hubungan positif antara beberapa dimensi dan *repeat patronage*. Senada dengan penelitian Chow et al. (2007) penelitian ini akan membuktikan hubungan tersebut dalam hipotesis H5a-d.

H5a-d: *Customer input* yang dibagi menjadi (a) jenis kelamin, (b) umur, (c) tingkat pendidikan, dan (d) tingkat pendapatan akan berhubungan dengan keinginan konsumen melakukan *repeat patronage* dimasa yang akan datang.

Kelima hipotesis tersebut dapat digambarkan pada gambar operasional model penelitian IV-1 diatas, sedangkan konstruk pertanyaan keempat variabel utama dan *customer input* yang terdapat pada model penelitian ini tergambar pada tabel IV-1 dibawah ini:

Tabel IV-1 Konstruk-konstruk, *Indicator variable*, dan Pertanyaan-pertanyaan Pembentuk Konstruk

Nama Konstruk	<i>Indicator Variable</i>	Pertanyaan
Kualitas jasa	<i>Tangible</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dunia Fantasi memiliki fasilitas hiburan (wahana permainan) yang terbaru. 2. Fasilitas fisik (wahana permainan, papan petunjuk arah, dll) Dunia Fantasi menarik untuk dilihat 3. Karyawan Dunia Fantasi berpakaian rapi.

		<p>4. Penampilan fasilitas fisik (wahana permainan, papan petunjuk arah, dll) Dunia Fantasi sesuai dengan jenis jasa yang disediakan.</p>
	<p>Reliability</p>	<p>5. Ketika Dunia Fantasi berjanji untuk melakukan sesuatu pada waktu tertentu, hal tersebut dilakukan (misalkan menjanjikan diskon atau potongan harga masuk).</p> <p>6. Ketika Anda memiliki masalah di Dunia Fantasi, Dunia Fantasi sangat membantu.</p> <p>7. Dunia Fantasi dapat diandalkan</p> <p>8. Dunia Fantasi menyediakan jasanya pada waktu yang dijanjikan.</p> <p>9. Dunia Fantasi menjaga rekornya secara akurat (misalkan: Tempat kerja atau sekolah Anda mengadakan rekreasi bersama, apakah dilayani secara baik sesuai pemesanan yang telah dilakukan sebelumnya)</p>
	<p>Responsiveness</p>	<p>10. Dunia Fantasi memberitahukan pada konsumennya kapan tepatnya acara akan dilakukan (seperti pertunjukan <i>cabaret show Le Belles</i>, <i>Rusian Circus</i>, dan <i>Euro Kids Circus</i> pada tahun 2007, atau launching wahana baru extreme log pada tanggal 9 maret 2008).</p> <p>11. Pelayanan yang diberikan karyawan Dunia Fantasi cepat.</p> <p>12. Karyawan Dunia Fantasi selalu ingin membantu konsumen.</p> <p>13. Karyawan Dunia Fantasi terlalu sibuk untuk merespon permintaan konsumen secara cepat.</p>

	<i>Assurance</i>	<p>14. Anda dapat mempercayai karyawan Dunia Fantasi.</p> <p>15. Anda merasa aman dalam berinteraksi dengan karyawan Dunia Fantasi</p> <p>16. Karyawan Dunia Fantasi sopan</p> <p>17. Karyawan mendapat dukungan yang memadai dari Dunia Fantasi untuk melakukan pekerjaannya dengan baik (misalkan security Dunia Fantasi memiliki Handy Talky (HT) dalam menjaga keamanan dan keselamatan disekitar Dunia Fantasi).</p> <p>18. Dunia Fantasi memberikan perhatian individual (misalkan: memberikan senyuman atau salam) pada Anda .</p>
	<i>Empathy</i>	<p>19. Karyawan Dunia Fantasi memberikan perhatian pribadi (misalkan ketika Anda kelelahan, karyawan menunjukkan tempat istirahat).</p> <p>20. Karyawan Dunia Fantasi mengetahui kebutuhan Anda di Dunia Fantasi</p> <p>21. Dunia Fantasi tidak mengabaikan minat Anda.</p> <p>22. Dunia Fantasi memiliki jam operasi yang tepat untuk seluruh konsumennya.</p> <p>23. Kualitas jasa Dunia Fantasi sangat baik.</p>
Kepuasan konsumen		<p>1. Dunia Fantasi memiliki fasilitas (wahana permainan, papan petunjuk arah, WC, dll) dengan nilai yang tinggi</p> <p>2. Fasilitas di Dunia Fantasi (wahana permainan, papan petunjuk arah, WC, dll) sangat efektif atau tepat guna.</p> <p>3. Fasilitas di Dunia Fantasi (wahana permainan,</p>

		<p>papan petunjuk arah, WC, dll) sangat efisien.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Saya sangat puas dengan fasilitas Dunia Fantasi (wahana permainan, papan petunjuk arah, WC, dll). 5. Perasaan saya atas jasa yang diberikan Dunia Fantasi dapat secara baik digambarkan sebagai sangat puas
Evaluasi harga		<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya bersedia membayar dengan harga yang lebih tinggi daripada mengganti Dunia Fantasi dengan taman rekreasi lain (seperti: Taman Mini Indonesia Indah, dll) untuk manfaat yang saya dapat dari Dunia Fantasi. 2. Saya bersedia pindah ke taman rekreasi lain yang menawarkan harga yang lebih menarik²⁰. 3. Jenis-jenis fasilitas hiburan yang ditawarkan Dunia Fantasi tidak mahal. 4. Saya membayar lebih sedikit daripada yang saya rencanakan.
Repeat patronage		<ol style="list-style-type: none"> 1. Dunia Fantasi adalah pilihan pertama untuk berlibur di dalam kota 2. Dalam jangka waktu dekat saya akan mengunjungi Dunia Fantasi lagi. 3. Kemungkinan besar saya akan merekomendasikan Dunia Fantasi kepada seorang teman. 4. Jika saya harus melakukannya lagi (rekreasi di DKI Jakarta), kemungkinan besar saya akan membuat pilihan yang sama (memilih Dunia Fantasi). 5. Dimasa yang akan datang, saya akan sering mengunjungi Dunia Fantasi.

²⁰ Pada pertanyaan ini dilakukan *reverse coding*. Hal tersebut disebabkan *statement* yang bersifat negatif ini apabila diubah struktur kalimatnya akan mengubah pengertian dan akan membingungkan responden dalam pengisian kuesioner.

Customer input	Jenis Kelamin	1. Jenis kelamin Anda
	Tingkat umur	2. Usia Anda saat ini
	Tingkat pendidikan	3. Pekerjaan Anda saat ini 4. Pendidikan terakhir yang ditamatkan
	Tingkat pendapatan	5. Besarnya pengeluaran Anda per bulan (termasuk pengeluaran rutin, seperti listrik dan telepon)

Sumber: Diterjemahkan oleh peneliti dan penerjemah profesional Inggris-Indonesia dari beberapa jurnal penelitian (Chow et al. (2007), Cronin dan Taylor (1992), Andaleeb dan Conway (2006), Brady et al. (2002), Bloemer (2003) dan Landrum (2007))

4.2. Metode Pengumpulan Data Pada Penelitian Kuantitatif

Pengumpulan data pada penelitian kuantitatif dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada responden di lokasi hiburan Dunia Fantasi. Pengumpulan data pada penelitian kuantitatif sangat penting dalam menentukan hasil analisis pada penelitian ini.

4.2.1. Metode Pengumpulan Data Dan Penggunaan Skala Dalam Penelitian Kuantitatif

Data didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang memenuhi syarat pada karakteristik responden pada penelitian ini. Responden-responden tersebut akan mengisi sendiri kuesioner atau *self administrated questionnaire* yang telah dibagikan tanpa bantuan dari *surveyor*, dimana *surveyor* juga akan melakukan *face to face sampling*. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*, dimana menurut hair (2000) teknik ini adalah suatu metode *sampling non-probability* yang sampelnya digambarkan berdasarkan kesesuaian dari peneliti. Penelitian dengan teknik ini

mengijinkan peneliti menggunakan *sample size* yang besar, dimana menurut Hair (2000) sekitar 150 – 200 responden.

Penelitian ini menggunakan *cross sectional design* dalam mengumpulkan informasi atau data. Maholtra (2007) menyatakan bahwa desain penelitian ini memperoleh informasi dari beberapa sampel dari elemen populasi yang dilakukan hanya pada satu waktu. Penggunaan instrumen kuesioner dalam pengumpulan data dan informasi pada penelitian ini menggunakan pengukuran skala likert dengan tujuh kategori respon yang disusun dari sama sekali tidak setuju (1) sampai dengan sangat setuju sekali (7). Menurut Maholtra (2007) skala ini meminta responden untuk mengindikasikan suatu tingkat kesetujuan dan ketidaksetujuan dari setiap *statement* yang berhubungan dengan objeknya.

4.2.2. Metode Penarikan Sampel, *Sampling Frame*, dan Penentuan Jumlah Responden Dalam Penelitian Kuantitatif

Metode penarikan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *convenience sampling*. Penggunaan metode ini dirasa cukup relevan dengan penelitian ini karena sangat sulit untuk menentukan ciri-ciri responden yang merupakan pelanggan dari Dunia Fantasi. Pada penelitian ini peneliti menetapkan karakteristik responden berdasarkan *demographic characteristic* dan kebiasaan berkunjung ke tempat wisata. *Demographic Characteristic* pada penentuan karakteristik responden ini diutamakan bagi pengunjung Dunia Fantasi yang telah berumur diatas 15 tahun dan memiliki pendidikan minimal SMP. Sedangkan kebiasaan berkunjung ke Dunia Fantasi pada penentuan karakteristik responden diutamakan pengunjung yang memiliki jumlah kunjungan minimal 2 kali setahun.

Metode *convenience sampling* menuntut peneliti untuk menggunakan jumlah sampel yang besar. Secara implisit, menurut Hair (2000) jumlah sampel yang dibutuhkan pada metode ini adalah sekitar 150 sampai dengan 200 responden. Pada penelitian ini peneliti akan mengambil 150 responden yang sebagian besar (80%) disebarkan langsung pada lokasi Dunia Fantasi. Hal ini dilakukan untuk mencapai hasil penilaian *optimal* dari pengunjung yang sedang menggunakan jasa hiburan Dunia Fantasi.

4.2.3. Tahap-tahap Pengumpulan Data Pada Bagian Penelitian Kuantitatif

Pengumpulan data melalui instrumen kuesioner ini diawali dengan dua pertanyaan *screening question*. Pertanyaan ini berguna untuk memilih responden yang pernah menggunakan jasa hiburan Dunia Fantasi sebelumnya dan mengetahui apakah responden memenuhi persyaratan awal karakteristik responden yang telah ditentukan dalam penelitian ini. Tujuan lain dari pertanyaan ini adalah agar responden dapat konsisten dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan kuesioner. Bagi responden yang tidak pernah mengunjungi Dunia Fantasi dalam kurun waktu satu tahun terakhir, maka responden tersebut secara otomatis tidak dimasukkan dalam perhitungan.

Selanjutnya, responden diminta untuk menjawab pertanyaan secara berturut-turut berdasarkan konstruk pertanyaan sebagai berikut:

- I. Kualitas Pelayanan Jasa Hiburan Dunia Fantasi, terdiri atas 23 pertanyaan
- II. Sensitivitas Harga atas Jasa Hiburan Dunia Fantasi, terdiri atas empat pertanyaan
- III. Tingkat Kepuasan Pengunjung atas Dunia Fantasi, terdiri atas lima pertanyaan
- IV. *Repeat Patronage*, terdiri atas lima pertanyaan
- V. *Demographic characteristic* atau *customer input*, terdiri atas lima pertanyaan

Selain itu terdapat enam pertanyaan tambahan untuk mengetahui lebih dalam mengenai kebiasaan *product usage* pengunjung ketika berinteraksi dengan jasa hiburan Dunia Fantasi.

Penyusunan pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner ini juga menggunakan bantuan penerjemah profesional Inggris – Indonesia. Tujuan dari penggunaan penerjemah profesional tersebut adalah untuk menghindari adanya bias dalam kuesioner dan bahasa yang mudah dipahami oleh calon responden. Hasil dari terjemahan tersebut akan mempengaruhi validitas penelitian pada bab analisis.

4.2.4. Pre Test Kuesioner

Penelitian ini menggunakan tahapan *pre testing* kepada 30 mahasiswa FEUI yang termasuk kedalam karakteristik responden penelitian ini. Tujuan dari *pre testing* ini adalah untuk mendeteksi kesalahan-kesalahan seperti dalam penyusunan kata atau penggunaan istilah-istilah. Hasil dari pengolahan *pre testing* dengan menggunakan cronbach's alpha menunjukkan tingkat kehandalan total dari seluruh pertanyaan yang tinggi sebesar 0,9124.

4.3. Metode Pengolahan Data Pada Bagian Penelitian Kuantitatif

Pada bagian pengolahan data untuk penelitian kuantitatif diawali dengan pemeriksaan kuesioner, seluruh pertanyaan pada kuesioner akan diperiksa satu per satu. Kuesioner akan dinyatakan gagal atau tidak dimasukkan kedalam pengolahan selanjutnya ketika pertanyaan pada *screening question* tidak sesuai dengan syarat responden yang diinginkan atau tidak diisi, serta pertanyaan pada seluruh bagian close-end question dan pertanyaan nomor 3 pada *open-end question* tidak diisi. Selanjutnya pengolahan data akan diurutkan sebagai berikut:

1. *Data coding* dan *entry*
2. Analisis Deskriptif (dijelaskan pada pembahasan di bab 5)

3. Menguji konsistensi *multiple measurement of a variable* dengan uji reliabilitas;
4. Analisa faktor dari variabel-variabel yang terdapat dalam model operasional penelitian;
5. Uji normalitas.
6. Pengujian Hipotesis dan Analisis data dengan metode *pearson correlation/spearman correlation, multiple regression, dan cross tabulation*.

Pengelolaan statistik data diatas diolah dengan bantuan program statistik komputer yaitu SPSS versi 11.5.

4.3.1. Data Coding dan Entry

Setelah melakukan pemeriksaan awal data yang terdapat pada kuesioner, peneliti akan melakukan *data coding* dan *entry* dari data mentah yang terdapat pada kuesioner kedalam bentuk program SPSS versi 11.5. *Data coding* dimulai dengan membuat kode khusus untuk mewakili variable tertentu dan menggolongkan variable tersebut dalam skala, ordinal, ataupun nominal. Setelah melakukan *data coding*, peneliti akan memasukkan data mentah yang terdapat dalam kuesioner kedalam tabel-tabel yang terdapat didalam program tersebut sesuai dengan kode yang telah dibuat. Tujuan dari tahap ini adalah mempersiapkan data mentah tersebut untuk dapat diolah sesuai dengan proses pada program SPSS.

4.3.2. Uji kehandalan (Reliability Test)

Setelah melakukan *data coding dan Entry*, penelitian akan dilanjutkan dengan pengujian atas kehandalan konstruk pertanyaan pembentuk variabel-variabel utama (uji kehandalan). Menurut Maholtra (2007: 276) kehandalan atau *Reliability* bertujuan untuk mengetahui apakah suatu skala atau alat ukur variabel telah memproduksi hasil *output* yang konsisten jika diulang pengukurannya terhadap karakteristik yang diukur. Bila

terbukti skala dalam kuesioner ini dapat diandalkan maka hal ini akan meningkatkan kepercayaan terhadap kehandalan hasil penelitian ini (Hair, 2006: 137).

Pengujian *Reability* akan dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha. Cronbach's Alpha adalah suatu pengukuran kehandalan konsistensi secara internal yang merata-ratakan seluruh kemungkinan hasil koefisien yang *split-half* dari berbagai *splittings of scale items* (Maholtra, 2007: 277). Menurut Maholtra (2007), koefisien yang dihasilkan beragam mulai dari 0 sampai dengan 1 dan apabila nilai berada dibawah 0,6 pada umumnya mengindikasikan *unsatisfactory* kehandalan konsistensi secara internal. Namun, apabila terdapat faktor yang memiliki nilai Alpha dibawah 0,60 tidak secara langsung dihilangkan. Alasannya terdapat beberapa pendapat yang menyatakan bahwa koefisien alpha diatas 0,50 dapat dinyatakan *reliable*. Salah satu pendapat yang menyatakan indikator *reliability* cukup dengan nilai koefisien alpha diatas 0,50 adalah pendapat Hair (1998). Penelitian ini menggunakan minimal koefisien alpha diatas 0,50.

4.3.3. Analisis Faktor

Analisis faktor pada penelitian ini memiliki fungsi untuk memadatkan atau menyimpulkan beberapa konstruk pertanyaan pembentuk variabel utama kedalam satu faktor. Hal ini bertujuan untuk memperkecil konstruk pertanyaan pembentuk variabel utama agar mudah dikelola. Konstruk pertanyaan yang akan diperlakukan analisis faktor adalah konstruk pertanyaan pada tabel IV-1.

4.3.4. Uji Normalitas (dan Uji Asumsi Klasik Lainnya)

Metode pengelolaan data pada penelitian kuantitatif diakhiri dengan pengujian normalitas atas data yang diperoleh. Pengujian normalitas ini merupakan salah satu syarat dari analisis statistik parametrik, contoh: *Pearson Correlation*. Pada penelitian ini

pengujian normalitas akan menggunakan analisis Kolmogorof Smirnov. Menurut Santoso (2003), pedoman pengambilan keputusan distribusi tersebut dinyatakan normal adalah dengan melihat nilai signifikansi atau nilai probabilitas. Apabila nilai tersebut diatas 0,05 maka bisa dikatakan distribusi sampel tersebut normal.

Selain uji normalitas, uji asumsi klasik lainnya juga akan dilakukan sebagai prasyarat dari regresi berganda. Uji asumsi klasik lainnya tersebut adalah uji heteroskedasiti, uji autokorelasi, dan uji multikolinier. Pembahasan lebih lanjut mengenai uji-uji asumsi klasik tersebut akan dibahas pada bab lima.

4.4. Analisis Data dengan Metode *Pearson/Spearman Correlation, Multiple Regression, dan Cross Tabulation*

Metode analisis statistik yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *pearson correlation* atau *spearman correlation* (hal ini tergantung kenormalan data), *Multiple Regression, dan Cross Tabulation*. Penggunaan analisis statistik ini selain dengan menggunakan asumsi sampel memiliki distribusi normal juga didasari oleh sifat variable yang berskala interval. Namun, apabila sampel memiliki distribusi tidak normal maka peneliti secara otomatis akan menggunakan analisis data non-parametrik. Kegunaan analisis statistik ini untuk menentukan apakah terdapat hubungan antara faktor dan konstruk, dua konstruk, serta beberapa konstruk. Selain itu, kegunaan analisis statistik ini untuk menentukan seberapa besar kekuatan hubungan antar dan beberapa konstruk.

4.4.1. *Pearson/Spearman Correlation*

Pearson Correlation atau *product moment correlation* adalah suatu alat statistik yang meringkas kekuatan hubungan antara dua variabel metrik (Maholtra, 2007: 518). Metode analisis ini akan digunakan untuk menguji seberapa besar hubungan antara

variabel-variabel yang terdapat didalam model penelitian. Metode analisis ini akan meneliti hubungan antara dua variabel yang terdapat pada variabel-variabel utama seperti variabel kualitas jasa, evaluasi harga, kepuasan konsumen, dan *repeat patronage*. Penggunaan metode *pearson correlation* secara langsung akan membuktikan hipotesis H1a, H1b, H1c, H1d, dan H1e. Sehingga *pearson correlation* selain sebagai dasar peneliti untuk mengetahui hubungan antar dua variabel, juga sebagai alat analisis dalam menentukan hubungan antara evaluasi dimensi-dimensi kualitas jasa dengan kinerja kualitas jasa. Sedangkan *spearman correlation*, tidak berbeda jauh dengan penggunaan dan tujuan *pearson correlation*. Perbedaan keduanya hanya terletak pada syarat perlu tidaknya data normal atau jenis skala alat ukur variabel (Wahana Komputer, 2005).

4.4.2. Multiple Regression

Menurut Maholtra (2007), *multiple regressions* adalah suatu teknik statistik yang secara simultan membangun suatu hubungan matematis antara dua atau lebih *independent variable* dan satu *dependent variable*. Metode analisis ini akan meneliti hubungan antara konstruk kualitas jasa dan evaluasi harga, sebagai variabel bebas; dengan konstruk kepuasan konsumen, sebagai *independent variable*. Selain itu, metode ini akan meneliti hubungan antara konstruk kualitas jasa, evaluasi harga, dan kepuasan konsumen, sebagai *dependent variable*; dengan konstruk *repeat patronage*. Sehingga secara langsung metode analisis *multiple regression* akan meneliti pada hipotesis H2a, H2b, H3a, H3b, dan H4.

4.4.3. Cross Tabulation

Cross tabulation adalah suatu teknik statistik yang menggambarkan dua atau lebih variabel secara simultan dan mengelolanya dalam tabel yang merefleksikan *joint distribution* atas dua atau lebih variabel yang memiliki sejumlah kategori yang terbatas

atau *distinct values* (Maholtra, 2007: 454). Maholtra (2007) memberikan contoh bahwa penggunaan *cross tabulation* dapat membantu pembaca untuk memahami bagaimana satu variabel seperti loyalitas merek berhubungan dengan variabel jenis kelamin. Terdapat beberapa alat statistik yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan atas variabel-variabel *cross tabulation*. Pada umumnya alat yang digunakan adalah *chi-squared*, akantetapi dapat juga diukur dengan *phi correlation coefficient*, *contingency coefficient*, *Cramer's V*, dan *lambda coefficient*.

Metode *cross tabulation* dengan alat ukur *chi-squared* pada penelitian ini akan digunakan untuk meneliti hipotesis H5a-e. Hal ini disebabkan variabel yang ingin diukur memiliki struktur *nominal dan ordinal*. Variable yang akan diukur dengan metode ini adalah variabel jenis kelamin, tingkat umur, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan. Variabel-variabel tersebut sesuai dengan metode analisis ini karena metode analisis *chi-squared* adalah alat analisis statistik bivariate non-parametrik.