

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Dalam penelitian ini digunakan strategi penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala. Penelitian asosiatif menerangkan adanya hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk dengan kepuasan konsumen.

Penelitian pada dasarnya untuk menunjukkan kebenaran dan pemecahan masalah atas apa yang diteliti untuk mencapai tujuan tersebut, dilakukan suatu metode yang tepat dan relevan untuk tujuan yang diteliti.

Pengertian Metode Penelitian menurut Sugiono (2014:2) adalah metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei yang menekankan pada analisis kuantitatif, Penelitian survei merupakan penelitian yang menggunakan kuesioner atau angket sebagai sumber data utama. Dalam penelitian survei, responden diminta untuk memberikan jawaban singkat yang sudah tertulis didalam kuesioner atau angket kemudian jawaban dari seluruh responden menggunakan analisis kuantitatif tertentu.

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1. Populasi Penelitian**

Menurut Sugiono (2010:26), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan Bijin Nabe dari tahun 2019

dengan jumlah populasi yang didapat dalam penelitian ini sebesar 75.360 konsumen (sumber: restoran)

### 3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2010:34), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dilakukan karena keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi dana, waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang sangat banyak.

Teknik untuk menentukan sampel digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling. Menurut (Sugiyono, 2010:21), Purposive Sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Teknik Purposive Sampling yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu atau kriteria khusus yang dipandang oleh peneliti sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Kriteria sampel yang menjadi pertimbangan dalam penelitian ini yaitu :

1. Pria atau wanita dengan usia lebih dari 17 tahun. Dengan usia yang sudah dewasa diharapkan responden mengerti dan menjawab sesuai dengan pertanyaan.
2. Konsumen Restoran Bijin Nabe yang sudah 2 kali atau lebih selama restoran ini didirikan. Karakteristik ini diambil dengan alasan bahwa konsumen yang telah melakukan transaksi pembelian sebanyak 2 kali atau lebih, akan mempunyai penelitian yang lebih objektif mengenai kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen yang mereka rasakan selama berada di Restoran Bijin Nabe.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen restoran Bijin Nabe di Plaza Senayan yang memenuhi kriteria diatas yaitu sebanyak 75.360 konsumen. Menurut Husen Umar (2011:78), penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

$$n = \frac{75.360}{1 + 75.360(0.1)^2}$$

$$n = \frac{75.360}{1 + 75.360(0.01)}$$

$$n = \frac{75.360}{754,6} = 99,86 \quad \text{dibulatkan } 100$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persentase kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir atau diinginkan, misalnya 10%.

### **3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data**

#### **3.3.1. Jenis Data**

##### 1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil observasi dengan cara membagikan kuesioner dengan tamu yang dapat memberikan data atau informasi yang berhubungan dengan penelitian ini.

##### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum.

#### **3.3.2. Metoda Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

### 1. Kajian Pustaka

Untuk memperoleh beberapa data sekunder yang diperlukan, peneliti membaca, mengutip dan mengumpulkan beberapa teori yang berkaitan dengan judul penelitian sebagai acuan dengan mempelajari beberapa teori yang ada pada buku-buku perpustakaan maupun dari beberapa sumber tertulis yang berkaitan dengan judul yang diteliti.

### 2. Riset Lapangan

Pengambilan data dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari perusahaan yang menjadi objek penelitian, yaitu Restoran Bijin Nabe.

### 3. Kuesioner

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan yang ditujukan kepada konsumen di Restoran Bijin Nabe.

Pengukuran variabel ini menggunakan skala Likert. Skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu (Sugiono, 2019:54). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban dari responden terhadap kuesioner. Dalam penelitian ini digunakan 4 jenjang skala yaitu:

**Tabel 3.1.** Pemberian Skor Untuk Jawaban Kuesioner

No.	Pernyataan	Kode	Nilai skor
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
3	Tidak Setuju	TS	2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2013)

### 3.4. Operasional Variabel

Operasional variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan pengukuran skala dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Dalam penelitian ini terdapat lima variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya promosi.

**Tabel 3.2.** Instrumen, Data Penelitian

Variabel	Variabel - variabel yang berpengaruh	No. Item
Loyalitas Pelanggan (Y)	Kualitas Produk ( $X_1$ )	1-2
	Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )	3-5
	Emosional ( $X_3$ )	6
	Harga ( $X_4$ )	7-8
	Promosi ( $X_5$ )	9-10

Sumber : Swastha (2011)

### 3.5. Metoda Analisis Data

#### 3.5.1. Pengolahan Data dan Penyajian Data

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model kausalitas atau hubungan pengaruh. Untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini maka teknik analisis yang digunakan SPSS for windows (Statistical Package for Social Science) versi 23.0 yaitu suatu program komputer statistik yang mampu memproses data statistik secara tepat dan cepat, menjadi berbagai output yang dikehendaki para pengambil keputusan. Analisis data adalah pengolahan data yang diperoleh dengan menggunakan rumus atau dengan aturan yang ada sesuai dengan pendekatan penelitian. Analisis data dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis dalam rangka penarikan simpulan.

### **3.5.2. Pengujian Pengolahan Data**

#### **3.5.2.1. Uji Validitas**

Uji Validitas adalah suatu alat ukur yang dianggap valid apabila tingkat ketelitian dan ketetapan pengukuran dapat diandalkan dengan demikian, kevaliditasan penelitian yang telah dibuat disebarkan kepada pelanggan yang datang ke Restoran Bijin Nabe di Plaza Senayan sebagai sample penelitian. Data yang telah diperoleh ditabulasikan dan dilakukan analisis faktor dengan menggunakan metode analisis korelasi sederhana. Menurut (Ghozali, 2013:105) uji validitas adalah untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin diukur, maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya. Dasar keputusan uji validitas adalah jika hasil menunjukkan  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka item pertanyaan berkorelasi (valid), jika hasil menunjukkan  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  maka item pertanyaan tidak berkorelasi (tidak valid) (Perdana, 2016).

#### **3.5.2.2. Uji Reliabilitas**

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrument memiliki konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat kehandalan dapat menunjukkan hasil yang konsisten. Lebih lanjut Sugiono mengemukakan, instrument penelitian dikatakan reliable, jika nilainya sebesar 0,60 atau lebih.

#### **3.5.3. Analisis Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi adalah salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara dua variabel, nilai koefisien dari determinasi menunjukkan presentase variasi nilai variabel yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang dihasilkan (Ghozali, 2013:52). Semakin besar nilai R<sup>2</sup> semakin baik model regresinya.

### 1) Koefisien determinasi parsial

- a) Pengaruh determinasi parsial  $X_1$  (kualitas produk) terhadap Y (loyalitas pelanggan) dimana  $X_2, X_3, X_4$  dan  $X_5$  konstan.

$$KD_{y1.2345} = r^2_{y1.2345} \times 100\% \dots\dots\dots (3.2)$$

- b) Pengaruh determinasi parsial  $X_2$  (kualitas pelayanan) terhadap Y (loyalitas pelanggan) dimana  $X_1, X_3, X_4$  dan  $X_5$  konstan.

$$KD_{y2.1345} = r^2_{y2.1345} \times 100\% \dots\dots\dots (3.3)$$

- c) Pengaruh determinasi parsial  $X_3$  (emosional) terhadap Y (loyalitas pelanggan) dimana ( $X_1, X_2, X_4$  dan  $X_5$  konstan)

$$KD_{y3.1245} = r^2_{y3.1245} \times 100\% \dots\dots\dots (3.4)$$

- d) Pengaruh determinasi parsial  $X_4$  (harga) terhadap Y (loyalitas pelanggan) dimana ( $X_1, X_2, X_4$  dan  $X_5$  konstan)

$$KD_{y3.1245} = r^2_{y3.1245} \times 100\% \dots\dots\dots (3.5)$$

- e) Pengaruh determinasi parsial  $X_5$  (promosi) terhadap Y (loyalitas pelanggan) dimana ( $X_1, X_2, X_4$  dan  $X_5$  konstan)

$$KD_{y3.1245} = r^2_{y3.1245} \times 100\% \dots\dots\dots (3.6)$$

### 2) Koefisien determinasi simultan

Pengaruh determinasi simultan kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), emosional ( $X_3$ ), harga ( $X_4$ ), promosi ( $X_5$ ) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

$$KD_{y12345} = r^2_{y12345} \times 100\% \dots\dots\dots (3.7)$$

### 3.5.4. Pengujian Hipotesis

#### 1. Pengujian hipotesis parsial (Uji T)

Uji-T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2010:35), uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, menggunakan uji masing-masing

koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.

Dalam pengujian ini digunakan taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan  $(d.f) = n-k$ , dapat diketahui dengan hasil perhitungan computer pada program IBM SPSS. Kesimpulan yang diambil adalah jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  di tolak, sebaliknya jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  di terima.

## 2. Pengujian hipotesis simultan (Uji F)

Uji-F pada dasarnya menunjukkan apakah variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat Ghazali (2013:139). Uji serentak pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel tergantung adalah dengan menggunakan uji F. Teknik pengujian tersebut adalah dengan membandingkan antara F hitung yang dihasilkan dengan F tabel pada tingkat toleransi kesalahan sebesar 5 % atau pada taraf kepercayaan sebesar 95 %.