

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode kuantitatif yaitu menurut Utama (2016:43) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif berkaitan erat dengan teknik-teknik survei sosial termasuk wawancara terstruktur melalui kuesioner yang tersusun, eksperimen, observasi terstruktur, analisis isi, analisis statistik formal dan masih banyak lagi. Dimana tujuan penelitian ini adalah untuk memberi penjelasan apakah terdapat pengaruh variabel X (variabel independen) yang terdiri dari kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap variabel Y (variabel dependen), yaitu loyalitas konsumen (Y) pada Rumah Makan Khas Lamongan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yaitu dengan mendatangi objek yang bersangkutan untuk mendapatkan data yang diperlukan. Dengan cara pengambilan sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dengan menggunakan pendekatan korelasional untuk mendapatkan data dalam penelitian ini.

3.2. Populasi Dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Hadi (2015:190) populasi adalah seluruh penduduk yang dimaksudkan untuk diselidiki yang dibatasi dalam sejumlah penduduk atau individu. Sedangkan menurut Nuryaman dan Christina (2015:101) menyatakan bahwa populasi adalah menunjukkan seluruh kelompok orang atau suatu kejadian yang menjadi ketertarikan peneliti untuk di investigasi. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang pernah melakukan pembelian minimal dua kali pada Rumah Makan Khas Lamongan di Utan Kayu Selatan di Jakarta Timur supaya memudahkan konsumen dalam menjawab pernyataan yang dibuat dalam penelitian ini.

3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Hadi (2015:191) sampel penelitian adalah sejumlah penduduk yang jumlahnya kurang dari jumlah populasi. Sampel dilakukan jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Rumah Makan Khas Lamongan

di Utan Kayu Selatan, Jakarta Timur. Karena jika konsumen pernah membeli atau menjadi kebutuhannya maka konsumen tersebut sudah mengetahui kelebihan-kelebihan dan kekurangan-kekurangan dari persepsi kualitas pada Rumah Makan Khas Lamongan tersebut.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Moe* dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga tingkat kewajaran terjadinya kesalahan dalam pengambilan sampel masih dapat ditolerir dalam penelitian ini. Rumus *Moe* yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel.

Z = Tingkat keyakinan yang ini dalam penentuan sampel 95%.

(maka $z = 1,96$ dan $\alpha = 5\%$)

Moe = *Margin of error*, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi dan ditentukan 10%.

Perhitungan:

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$= 96,04 \text{ (dibulatkan 97)}$$

Dari hasil perhitungan diatas, maka sampel dalam penelitian ini minimal 97 responden. Karena jika jumlah populasi yang terwakili semakin banyak maka hasil data statistik semakin baik dan efektif.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Definisi teknik *purposive sampling* menurut Sugiyono (2016:118) merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kemudian bahwa responden (subjek) dipilih secara sengaja atau khusus dengan pertimbangan tertentu berdasarkan ciri-

ciri yang dipandang mempunyai pengaruh dengan kriteria yang diinginkan. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian minimal dua kali pada Rumah Makan Khas Lamongan di Jakarta Timur agar hasil dari jawaban pernyataan yang didapatkan lebih efektif.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Unit analisis dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yang pertama subyek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Rumah Makan Khas Lamongan, Jakarta Timur. Kedua obyek dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X_1), harga (X_2), kualitas pelayanan (X_3) dan loyalitas konsumen (Y). Untuk mengetahui data obyek dapat dilihat melalui hasil pengisian kuesioner oleh subyek. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data dengan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Dalam memperoleh data untuk penulisan ini, penulis menggunakan data primer dan sekunder, sebagai berikut:

1. Data primer

a. Observasi

Dilakukan dengan pengamatan dan mendata langsung fakta yang dijumpai ditempat objek penelitian dan data yang diberikan oleh perusahaan tersebut.

b. Wawancara

Merupakan suatu teknik pengumpulan data melakukan komunikasi dengan sumber data (data primer). Komunikasi tersebut dilakukan melalui dialog tanya jawab secara lisan kepada setiap konsumen, baik langsung maupun tidak langsung terkait dengan objek penelitian yang digunakan.

c. Kuesioner

Metode pengumpulan data ini dengan menggunakan daftar pertanyaan. Daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden dengan harapan memberikan respon yang baik atas dasar pernyataan untuk membantu penulis dalam penyelesaian pembahasan dalam penelitian.

2. Data sekunder

Data ini mudah dapat ditemukan dengan cepat dalam berbagai macam yang sesuai dengan pembahasan penelitian ini. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah jurnal, artikel, literatur serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian

yang dilakukan. Untuk menguatkan gagasan dalam menganalisis dan mengevaluasi hasil penelitian lapangan. Maka diperlukan landasan seperti teori-teori atau pendapat para ahli yang bersumber dari literatur perpustakaan, ilmu perkuliahan dan majalah-majalah ilmiah dan sumber-sumber lainnya yang dianggap penting dengan masalah yang diteliti.

3.4. Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2015:38) menjelaskan bahwa operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat yang dinilai dari seseorang serta menyusun kegiatan yang mempunyai variasi tertentu melalui metode yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Selain itu, untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistika dapat dilakukan dengan benar. Berikut ini adalah tabel yang menjelaskan indikator masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.1. Indikator Variabel Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Konsumen

VARIABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	NO. ITEM
Kualitas Produk (X ₁) Garvin dalam Tjiptono (2016:134) Hal.12	Kesesuaian dengan spesifikasi	Tingkat kelayakan konsumsi produk	1
	Daya tahan	Tingkat ketahanan produk	2
	Kinerja	Tingkat mutu produk	3
	Fitur produk	Tingkat keragaman produk	4
	Keandalan	Tingkat Kerusakan produk	5
	Kemampuan diperbaiki	Tingkat produk mudah diperbaiki	6
	Keindahan	Tingkat keistimewaan produk	7

Sumber : Garvin dalam Tjiptono (2016:134)

VARIABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	NO. ITEM
Harga (X ₂)	Keterjangkauan harga	Harga memiliki kualitas dari perusahaan sejenisnya	8
Kotler dan Amstrong dalam Sabran (2012:52)	Kesesuaian harga dengan kualitas	Kesesuaian harga yang diberikan kepada konsumen	9
	Daya saing harga	Harga lebih murah dengan kompetitor lain	10
Hal.15	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga sesuai dengan manfaat konsumen	11

Sumber: Kotler dan Amstrong dalam Sabran (2012:52)

VARIABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	NO. ITEM
Kualitas Pelayanan (X ₃) Tjiptono dan Chandra (2013:75) Hal.17	Bukti langsung	Tingkat loyalitas konsumen	12
	Kehandalan	Tingkat layanan sudah dinilai baik oleh konsumen	13
	Daya tanggap	Tingkat manfaat terhadap kebutuhan	14
	Jaminan	Tingkat kualitas terjamin	15
	Empati	Perusahaan menerapkan keramahan dalam layanan	16

Sumber: Tjiptono dan Chandra (2014:282)

VARIABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	NO. ITEM
Loyalitas Konsumen (Y)	Membeli berulang-ulang produk	Tingkat loyalitas yang dirasakan konsumen	17
	Merekomendasikan produk	Tingkat merekomendasikan kepada teman atau keluarga	18

Tjiptono (2014:352)	Penolakan terhadap produk pesaing	Tingkat pembelian konsumen menjadi pelanggan tetap dan loyalitas	19
Hal.19			

Sumber: Tjiptono (2014:352)

3.5. Metode Analisis data

Menurut Sugiyono (2016:60) analisis data merupakan proses untuk mengelompokkan pengurutan data kedalam ketentuan-ketentuan yang ada untuk memperoleh hasil sesuai dengan data yang telah didapatkan. Kemudian ada dua cara dalam pengolahan data dalam penelitian ini yaitu secara manual dan dengan program komputer, sebagai berikut:

1. Pengolahan data dengan manual

Menurut Sugiyono (2017:134) skala *likert* digunakan untuk mengukur skala sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3.2. Pemberian Skor Pada Jawaban Kuesioner

Pertanyaan	Pernyataan	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Sumber : Sugiyono (2017:134)

Kemudian nilai-nilai dari hasil jawaban diproses dan diolah untuk digunakan sebagai alat ukur variabel yang diteliti dengan menggunakan perhitungan statistik disajikan dalam bentuk tabel dan di analisis. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan perhitungan statistik inferensial atau menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi yang jelas.

2. Pengolahan data dengan program komputer

Setelah data tersebut dikumpulkan, kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan teknik pengolahan data. Analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang tercantum dalam identifikasi masalah. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan program *software* IBM SPSS *Statistics* versi 22.

3.5.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat ukur yang dianggap valid apabila tingkat ketelitian dan ketepatan pengukuran dapat diandalkan, dan digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan.

Menurut Sugiyono (2016:168) mengemukakan bahwa valid berarti alat ukur yang digunakan mendapat data (mengukur) itu valid. Validitas alat ukur diuji dengan menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari setiap butir pernyataan dengan keseluruhan yang diperoleh pada alat ukur tersebut. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah Product Moment dari Karl Person, sebagai berikut:

Person Product Moment (Sanusi, 2014):

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

Keterangan:

r = Nilai korelasi product moment

n = Jumlah konsumen responden

X = Jawaban dari indikator item pertanyaan

Y = Total jawaban dalam satu variabel

Syarat kevaliditasan suatu item adalah apabila r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) maka instrumen itu dianggap valid dan jika r hitung $<$ r tabel maka instrumen dianggap tidak valid.

Setelah perhitungan dilakukan adapun dasar keputusan untuk kevaliditan pernyataan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai $-r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ $r \text{ tabel}$, maka butir pernyataan tidak valid
- b. Jika nilai $-r \text{ hitung} < -r \text{ tabel}$ atau $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka butir pernyataan valid

3.5.2. Uji reliabilitas

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrumen memiliki konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat keandalannya dapat menunjukkan hasil yang konsisten. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Lebih lanjutnya menurut Sugiyono (2016:168) menyatakan bahwa instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,6 atau lebih. Dalam penelitian ini memilih 0,6 sebagai koefisien reliabilitas. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah:

1. Jika nilai koefisien reliabilitas $> 0,6$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrumen adalah reliabel atau terpercaya.
2. Jika nilai koefisien reliabilitas $< 0,6$ maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliabel.

Tabel 3.3. Tabel Koefisien Korelasi Spearman

Kriteria	Koefisien Korelasi
Sangat Reliabel	> 0.8
Reliabel	$0.6 - 0.8$
Cukup Reliabel	$0.4 - 0.6$
Kurang Reliabel	$0.2 - 0.4$
Tidak Reliabel	< 0.2

Sumber: Sugiyono (2016:168)

3.6. Analisis Statistik Data

3.6.1. Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2013:97) koefisien determinasi (R^2) adalah alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai

koefisien determinasi antara nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas.

Untuk mengukur variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus:

$$KD = R^2 \times 100 \%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi

Kriteria untuk koefisien determinasi adalah:

- Jika Kd mendekati nol (0), maka pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* lemah.
- Jika Kd mendekati satu (1), maka pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* kuat.

3.6.1.1. Koefisien Determinasi Parsial

Uji ini dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh pada variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen konstan, sebagai berikut:

- Koefisien determinasi parsial X_1 terhadap Y

$$KD_{1.2.3} = r_{y1.23}^2 \times 100 \%$$

- Koefisien determinasi parsial X_2 terhadap Y

$$KD_{2.13} = r_{y2.13}^2 \times 100 \%$$

- Koefisien determinasi parsial X_3 terhadap Y

$$KD_{3.12} = r_{y3.12}^2 \times 100 \%$$

3.6.1.2. Koefisien Determinasi Berganda

Koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen secara bersamaan atau serentak.

Kemudian rumus yang digunakan dalam koefisien determinasi berganda adalah, sebagai berikut:

- Koefisien determinasi berganda X_1, X_2 dan X_3 terhadap Y

$$KD_{1.23} = r_{y1.23}^2 \times 100 \%$$

3.6.2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial maupun berganda. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah:

3.6.2.1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial berdasarkan hasil data dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y).

Ho: $\rho_{y1.23} = 0$: (Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen).

Ha: $\rho_{y1.23} \neq 0$: (Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen).

2. Pengaruh Harga (X_2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y).

Ho: $\rho_{y2.13} = 0$: (Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap loyalitas konsumen).

Ha: $\rho_{y2.13} \neq 0$: (Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap loyalitas konsumen).

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Loyalitas Konsumen (Y).

Ho: $\rho_{y3.12} = 0$: (Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen).

Ha: $\rho_{y3.12} \neq 0$: (Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial, dapat dilihat dari nilai P-value dibandingkan dengan α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria:

H_0 : Ditolak/ H_a diterima jika $P\text{-value} < 0,05$.

H_0 : Diterima/ H_a ditolak jika $P\text{-value} \geq 0,05$.

3.6.2.2. Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial berdasarkan hasil data dalam penelitian ini, sebagai berikut:

- a. $H_0: \rho_{y123} = 0$: (Secara simultan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen).
- b. $H_a: \rho_{y123} \neq 0$: (Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan digunakan nilai *significance* F dibandingkan dengan dengan kriteria:

H_0 : Ditolak/ H_a diterima jika *significance* F $< 0,05$.

H_0 : Diterima/ H_a diterima jika *significance* F $\geq 0,05$.