

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

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

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini ada 2 variabel yaitu variabel *exogenous* dan variabel *endogenous*, dimana variabel *exogenous* adalah harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sedangkan variabel *endogenous* adalah kepuasan konsumen ( $Y_1$ ) dan loyalitas konsumen ( $Y_2$ ).

Metoda penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metoda survey yaitu suatu teknik pengumpulan dan analisis data berupa opini dari subjek yang diteliti baik secara langsung (wawancara) maupun tidak langsung (kuesioner)

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

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

Menurut sugiyono (2016:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Kedai Kanin.

##### **3.2.2. Sampel Penelitian**

Menurut sugiyono (2016:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti menggunakan metoda *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan adalah konsumen di Kedai Kanin. Menurut Ratlan Pardede dan Manurung (2014) jumlah sampel yang harus diambil dengan menggunakan analisis jalur yaitu 10-20 kali jumlah variabel.

Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel, sehingga responden dalam penelitian ini berkisar 40-80 responden. Sampel yang digunakan peneliti dalam obeservasi ini berjumlah 60 responden.

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

Pengumpulan data di bedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Menurut sugiyono (2016:137) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data sedangkan data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Dalam penelitian ini metoda pengumpulan data menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data melalui sebagai berikut:

1. Wawancara

Salah satu metode pengumpulan data, dimana peneliti mendapatkan informasi mengenai subjek dan objek yang diteliti dengan jelas dan tepat, yang dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada respondennya.

2. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti menyebarkan kuesioner kepadasejumlah responden dan memberikan pernyataan atau kuesioner beserta jawabannya yang berkaitan dengan variabel-variabel. Dalam penelitian ini variable-variabel yaitu Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kepuasan Konsumen (Y1), dan Loyalitas Konsumen (Y2).

3. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teklinik lain. Observasi dilakukan dengan meliat langsung di lapangan yang digunakan untuk menentukan faktor layak yang didukung melalui wawancara survey

Menurut sugiyono (2016:137) Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang atau lewat dokumen. Sumber data sekunder digunakan untuk mendukung informasi yang didapatkan dari sumber data primer yaitu dari bahan pustaka, literature, penelitian terdahulu, buku, laporan-laporan kegiatan yang diadakan oleh perpustakaan dan lain-lain

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

#### 3.4.1. Skala Likert

Dalam penelitian ini untuk menilai sikap responden menggunakan skala likert. Menurut sugiyono (2016:93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena yang terjadi, dan juga jawaban dari setiap item-item instrumen mempunyai bobot nilai seperti berikut ini: (Pemberian Skor untuk jawaban Kuesioner).

**Tabel 3.1.** Skor Untuk Jawaban Kuisisioner

| 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, 2014)

Variabel yang digunakan ada dua variabel *exogenous* dan *endogenous* yaitu Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) sebagai variabel *exogenous*, serta Kepuasan Konsumen ( $Y_1$ ) dan Loyalitas Konsumen ( $Y_2$ ) sebagai variabel *endogenous*. Variabel-variabel yang diukur menjadi indikator dan sub indikator, kemudian sub indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan ataupun pertanyaan seperti berikut ini :

**Tabel 3.2.** Indikator Variabel Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen

| Variabel  | Indikator                                   | Sub Indikator   | No. Item |
|---|---|---|----------|
| Harga(X1)<br>Kotler dan<br>Amstrong<br>2012                             | Keterjangkauan harga                        | Harga yang terjangkau   | 1        |
|   | Kesesuaian harga dengan kualitas layanannya | Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas konsumen yang didapat | 2        |
|   | Daya saing harga                            | Harga memiliki daya saing   | 3        |
|   | Kesesuaian harga dengan manfaat             | Harga sesuai dengan manfaat yang diterima konsumen                | 4        |
| Kualitas<br>Pelayanan<br>(X <sub>2</sub> )<br>Tjiptono<br>2014          | Berwujud ( <i>Tangible</i> )                | Kebersihan lingkungan   | 5        |
|   |   | Kerapihan karyawan  | 6        |
|   | Empati ( <i>Emphaty</i> )                   | Memahami keinginan konsumen                                       | 7        |
|   |   | Karyawan berkomunikasi baik dengan Konsumen                       | 8        |
|   | Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> )      | Cepat dan tanggap dalam merespon keluhan konsumen                 | 9        |
|   | Kehandalan ( <i>Reliability</i> )           | Kinerja karyawan yang sesuai dengan standar operasional prosedur  | 10       |
|   | Jaminan ( <i>Assurance</i> )                | Kemampuan pelayanan   | 11       |
| Keyakinan konsumen terhadap pelayanan                                   |   | 12  |          |
| Kepuasan<br>Konsumen<br>(Y <sub>1</sub> )<br>Lupiyoadi<br>2013          | Mutu pelayanan                              | Puas terhadap pelayanan   | 13       |
|   | Harga                                       | Puas terhadap harga yang sesuai dengan layanan yang didapat       | 14       |
|   | Waktu penyerahan                            | Puas terhadap ketepatan waktu pesanan                             | 15       |
|   | Keamanan                                    | Puas terhadap produk yang aman                                    | 16       |
| Loyalitas<br>Konsumen<br>(Y <sub>2</sub> ) Kotler<br>dan Keller<br>2012 | <i>Repeat purchase</i>                      | Melakukan pembelian ulang secara terus menerus                    | 17       |
|   | <i>Retention</i>                            | Memberikan pembelian kepada orang lain                            | 18       |
|   | <i>Reffereal</i>                            | Mereferensikan ke orang lain                                      | 19       |

### 3.4.2. Uji Kualitas Data

#### 3.4.2.1. Uji Validitas

Menurut Juliansyah Noor (2014:19) bahwa uji validitas bertujuan untuk melihat kelayakan butir-butir pernyataan kuesioner dalam mendefinisikan suatu variabel dan daftar pernyataan pada umumnya untuk mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Jika  $r_{\text{tabel}} \leq r_{\text{hitung}}$  maka butir soal disebut valid

Adapun data yang diperlukan dalam rumus :

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan =

X = skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = skor total yang diperoleh dari seluruh item

N = banyaknya responden

#### 3.4.2.2. Uji Realibilitas

Menurut Juliansyah Noor (2014:24) uji reliabilitas pengukuran dengan menggunakan *cronbach alpha* adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baiknya item atau butir dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. Tentang uji reliabilitas ini dapat disampaikan hal-hal pokoknya, sebagai berikut:

1. Untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner. Kuesioner tersebut mencerminkan konstruk sebagai dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk pernyataan.
2. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan.

3. Jika nilai  $\alpha > 0,60$ , disebut *reliable*

Adapun rumus *cronbach alpha* sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right] \dots \dots \dots (3.2)$$

Dimana rumus  $\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N} \dots \dots \dots (3.3)$

Keterangan =

$r_{ii}$  = reliabilitas konsumen

$k$  = banyaknya butir pernyataan

$\sum \sigma^2$  = jumlah butir pernyataan

$\sigma_1^2$  = varians total

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara One Shot atau pengukuran sekali saja yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23.0 pada analisis Skala. Dimana reliabilitas diukur dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ), dengan batasan suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0.60.

### 3.5. Metoda Analisis Data

Metoda analisis data diartikan sebagai upaya mengelola data menjadi informasi, sehingga karakteristik sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Peneliti menggunakan analisis jalur karena memungkinkan peneliti dapat menguji mengenai sebab akibat. Analisis jalur adalah model perluasan regresi yang digunakan untuk menguji keselarasan dengan dua atau lebih hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi linier berganda jika variabel eksogen

mempengaruhi variabel endogen tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung Ghozali (2013).

### 3.5.1. Metoda Pengolahan Data

Pengolahan data merupakan bagian dari rangkaian kegiatan penelitian setelah pengumpulan data. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistic Product and Service Satifion*) versi 24.0. Hal ini dilakukan agar mempermudah dalam mengolah data statistik dengan lebih cepat dan tepat.

### 3.5.2. Metoda Penyajian Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk tabel agar lebih sistematis dalam memahami dan menganalisis data yang disajikan.

### 3.5.3. Analisis Statistik Data

(1) Persamaan struktural yang digunakan pada analisis jalur dalam penelitian ini, yaitu Pardede dan Manurung (2014:58):

- Persamaan struktural 1

$$Y_1 = \rho_{Y_1X_1} + \rho_{Y_1X_2} + \epsilon_1$$

- Persamaan struktural 2

$$Y_2 = \rho_{Y_2X_1}X_1 + \rho_{Y_2X_2}X_2 + \rho_{Y_2Y_1}Y_1 + \epsilon_2$$

Keterangan:

$\rho$  = Koefisien regresi

$Y_1$  = Kepuasan konsumen

$Y_2$  = Loyalitas konsumen

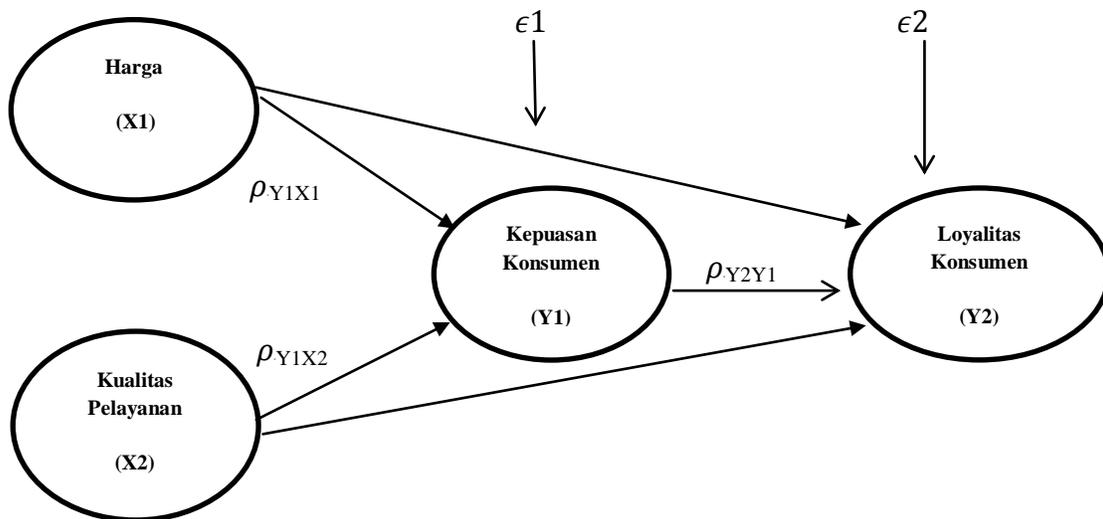
$X_1$  = Harga

$X_2$  = Kualitas pelayanan

$\epsilon$  = eror

Melakukan analisis dengan menggunakan SPSS versi 24.0

- (2) Mengambarkan diagram jalur berdasarkan paradigam hubungan antara variable sebagai berikut :



**Gambar 3.2.** Diagram jalur persamaan structural 1 dan 2

#### 3.5.4. Analisis Regresi

Menurut Juliansyah Noor (2014:62) analisis regresi bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan nilai X terhadap perubahan nilai Y. Pada bagian ini untuk melihat besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung variabel digunakan angka koefisien atau *standardized coefficient*.

#### 3.5.5. Pengujian Hipotesis Penelitian

Analisis jalur pertama kali diperkenalkan oleh Sewall Wright pada tahun 1930-an. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda. Analisis jalur merupakan suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi linier berganda jika variabel eksogen mempengaruhi variabel endogen

tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung, Ghozali (2013). Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian adalah:

1) Pengaruh langsung  $X_1$  pada  $Y_1$

$H_0 : \rho_{X_1Y_1} = 0$  (Tidak terdapat pengaruh yang signifikan harga Terhadap kepuasan konsumen)

$H_a : \rho_{X_1Y_1} \neq 0$  (Terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen)

Kriteria:

a)  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika *signifikansi*  $< 0,05$

b)  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak jika *signifikansi*  $\geq 0,05$

2) Pengaruh langsung  $X_2$  pada  $Y_1$

$H_0 : \rho_{X_2Y_1} = 0$  (Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen)

$H_a : \rho_{X_2Y_1} \neq 0$  (Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen)

Kriteria:

a)  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika *signifikansi*  $< 0,05$

b)  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak jika *signifikansi*  $\geq 0,05$

3) Pengaruh langsung  $X_1$  pada  $Y_2$

$H_0 : \rho_{X_1Y_2} = 0$  (Tidak terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap loyalitas konsumen)

$H_a : \rho_{X_1Y_2} \neq 0$  (Terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap loyalitas konsumen)

Kriteria:

a)  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika *signifikansi*  $< 0,05$

b)  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak jika *signifikansi*  $\geq 0,05$

4) Pengaruh langsung  $X_2$  pada  $Y_2$

$H_0 : \rho_{X_2Y_2} = 0$  (Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen)

$H_a : \rho_{X_2Y_2} \neq 0$  (Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen)

Kriteria:

a)  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika *signifikansi*  $< 0,05$

b)  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak jika *signifikansi*  $\geq 0,05$

5) Pengaruh langsung  $Y_1$  pada  $Y_2$

$H_0 : \rho_{Y_1Y_2} = 0$  (Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen)

$H_a : \rho_{Y_1Y_2} \neq 0$  (Terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen)

Kriteria:

a)  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika *signifikansi*  $< 0,05$

b)  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak jika *signifikansi*  $\geq 0,05$

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel langsung dan tidak langsung dilihat dari *signifikansi* dibandingkan dengan taraf nyata  $\alpha$  ( $5\%=0.05$ )

6) Pengaruh tidak langsung  $X_1$  pada  $Y_1$  dan  $Y_2$

$H_0 : \rho_{Y_1Y_2} = 0$  (Tidak terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen)

Ha :  $\rho_{Y_1Y_2} \neq 0$  (Terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen)

Kriteria:

- a)  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika *signifikansi*  $< 0,05$
- b)  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak jika *signifikansi*  $\geq 0,05$

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel langsung dan tidak langsung dilihat dari *signifikansi* dibandingkan dengan tarafnyata  $\alpha$  (5%=0.05)

7) Pengaruh tidak langsung  $X_2$  pada  $Y_1$  dan  $Y_2$

$H_0 : \rho_{Y_1Y_2} = 0$  (Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen)

Ha :  $\rho_{Y_1Y_2} \neq 0$  (Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen)

Kriteria:

- a)  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika *signifikansi*  $< 0,05$
- b)  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak jika *signifikansi*  $\geq 0,05$

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel langsung dan tidak langsung dilihat dari *signifikansi* dibandingkan dengan tarafnyata  $\alpha$  (5%=0.05)