BAB III
METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif. Strategi asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono,2013:55). Penelitian ini tujuannya adalah untuk memberi penjelasan apakah terdapat pengaruh langsung dan tidak langsung variabel X_1 (kualitas produk) dan X_2 (harga) dan X_3 (kualitas pelayanan) terhadap variabel Z (kepuasan pelanggan) dan variabel Y (loyalitas pelanggan).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2013:80). Berdasarkan pengertian diatas, maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Rumah Makan Padang Melati pada periode April – Juni 2018.

Populasi sasaran adalah populasi yang benar-benar dijadikan sumber data. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah konsumen Rumah Makan Padang Melati yang pernah melakukan pembelian lebih dari 2 (dua) kali.

3.2.2 Sampel penelitian

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013:218) teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Dengan pertimbangan responden yang pernah melakukan pembelian makanan lebih dari 2 (dua) kali di Rumah Makan Padang Melati. Kelebihan menggunakan *purposive sampling* adalah : 1) Sampel terpilih adalah sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian. 2) Teknik ini merupakan cara yang mudah untuk dilaksanakan.

3) Sampel terpilih biasanya adalah individu atau personal yang mudah ditemui atau didekati oleh peneliti. Dan kekurangan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah : 1) Tidak ada jaminan bahwa jumlah sampel yang digunakan representatif dalam segi jumlah. 2) Dimana tidak sebaik sample random sampling. 3) Bukan termasuk metode random sampling. 4) Tidak dapat digunakan sebagai generalisasi untuk mengambil kesimpulan statistik.

Untuk mendapatkan sampel yang dapat menggambarkan populasi, maka dalam penentuan sampel penelitian ini digunakan rumus Rao Purba. Menurut Purba (Sujarweni, 2015:155) jika jumlah populasi tidak diketahui, maka jumlah sampel minimal ditentukan dengan rumus

$$\mathrm{n} = \frac{Z^2}{4\,(moe)^2} \quad \text{.....} \textbf{(3.1)}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

moe = *margin of error max*, yaitu tingkat kesalahan maksimal yang ditolerir sebesar 10%

Dari rumus tersebut maka dapat dilihat ukuran sampel minimal yang harus dicapai dalam penelitian ini adalah sebesar:

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

$$\mathrm{n} = 96{,}04$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 97 orang konsumen Rumah Makan Padang Melati yang pernah melakukan pembelian lebih dari 2 kali.

3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis data

1. Data primer

   Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2013:187) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, data primer didapat dari hasil pengisian kuesioner oleh Pelanggan Rumah Makan Padang Melati yang pernah melakukan pembelian sebanyak 2 kali. Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh kulitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Rumah Makan Padang Melati.

2. Data sekunder

   Menurut Sugiyono (2013:131) data sekunder yaitu sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder berupa bukti, catatan, atau laporan hsitoris yang tersusun dalam arsip yang dipublikasikan. Data yang digunakan dalam penelitian diperoleh dari riset lapangan langsung melalui wawancara dengan pemilik Rumah Makan Padang Melati.

3.3.2 Metoda pengumpulan data

1) Pengumpulan data primer

   Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini didapat dari hasil pengisian kuesioner oleh Pelanggan Rumah Makan Padang Melati yang pernah melakukan pembelian sebanyak 2 kali. Adapun proses pembuatan kuesioner adalah sebagai berikut :

   a. Indikator variabel

      Penelitian ini menggunakan variabel eksogen yang terdiri dari kualitas yaitu ; produk (X_1), harga (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3). Variabel intervening yaitu ; kepuasan pelanggan (Z), dan variabel endogen loyalitas pelanggan (Y) yang didalam terdapat suatu indikator dan sub indikator. Berikut tabel indikator variabel dalam penelitian ini :

Tabel 3.1 Indikator Variabel Kualitas Produk (X_1)

Indikator	Sub Indikator	No. Item
Daya tahan dan keunggulan	Makanan tidak mudah basi dan produk di Rumah Makan Padang Melati lebih unggul di bandingkan rumah makan padang lainnya.	1, 2
Keutamaan produk	Menu dan rasa yang disajikan di Rumah Makan Padang Melati mempunyai ciri khas dari rumah makan padang lainnya.	3
Desain dan variasi	Mempunyai desain yang menarik dari penyajian makanan dan mempunyai variasi menu yang beragam.	4, 5
Kehandalan	Rumah Makan Padang Melati menjamin kebersihan makanan dan memiliki rasa makanan yang lezat.	6, 7
Kualitas yang dipersepsikan	Kesesuaian spesifikasi dengan keinginan pelanggan	8

Sumber : Kotler (2012:26)

Tabel 3.2 Indikator Variabel Harga (X_2)

Indikator	Sub Indikator	No. Item
Keterjangkauan harga	Memiliki harga yang terjangkau dibanding rumah makan padang lainnya.	9
Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk yang pelanggan dapatkan.	10
Daya saing harga	Memiliki harga yang bersaing dibandingkan dengan rumah makan padang lainnya.	11
Kesesuaian dengan manfaat	Harga yang diberikan sesuai dengan manfaat yang didapatkan pelanggan.	12

Sumber : Stanton (2016: 30)

Tabel 3.3 Indikator Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)

Indikator	Sub Indikator	No. Item
Realibilitas (*Reliability*)	Ketepatan dan kecepatan pramusaji dalam melayani konsumen.	13, 14
Daya tanggap (Responsiveness)	Kecepatan dan ketanggapan pramusaji dalam merespon dan membantu keluhan konsumen.	15,16

(Lanjutan Tabel 3.3)

Indikator	Sub Indikator	No. Item
Jaminan (*Assurance*)	Keramahan dan kesopanan pramusaji dalam melayani konsumen.	17
Empati (*Empathy*)	Pramusaji menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan.	18
Bukti fisik (*Tangible*)	Kebersihan dan kenyamanan rumah makan, serta penampilan dan kerapihan pramusaji.	19, 20, 21

Sumber : Tjiptono (2011:198)

Tabel 3.4 Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)

Indikator	**Sub Indikator**	**No. Item**
Kualitas Produk *(Product Quality)*	Ekspetasi pelanggan terhadap kualitas produk terpenuhi.	22
Harga (*Price*)	Harga yang ditawarkan sesuai dengan keinginan pelanggan.	23
Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)	Ekspetasi pelanggan terhadap pelayanan yang diinginkan dari pramusaji terpenuhi.	24
Emosional	Perasaan puas / senang dengan produk, harga dan pelayanan di Rumah Makan Padang Melati dibandingkan rumah makan padang lainnya.	25
Biaya dan kemudahan	Kemudahan dalam melakukan pembayaran.	26

Sumber : Kotler dan Keller (2016:157)

Tabel 3.5 Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Indikator	**Sub Indikator**	**No. Item**
Repeat	Minat untuk membeli kembali produk di tempat yang sama.	27
Referral	Mengajak keluarga, rekan dan kerabat untuk membeli produk di tempat yang sama.	28
Retention	Menginformasikan kepada keluarga, rekan dan kerabat untuk membeli produk di tempat yang sama.	29

Sumber : Kotler dan Keller (2012:57)

b. Pengukuran skala likert

Penelitian ini diukur dengan skala likert. Menurut Sugiyono (2013 : 93) menyatakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala likert digunakan skor (bobot nilai) yang diberikan terhadap jawaban yang telah disediakan. Dalam menjawab skala likert responden hanya memberikan tanda misalnya *checklist* atau tanda silang pada jawaban yang dipilih sesuai pernyataan. Alternatif jawaban yang telah disediakan adalah sangat setuju (diberi skor 4), setuju (diberi skor 3), tidak setuju (diberi skor 2), dan sangat tidak setuju (diberi skor 1).

c. Uji instrumen penelitian

Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas.

a) Uji validitas

Validitas digunakan untuk menguji tingkat kesahihan instrumen masing-masing variabel. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang akan diteliti secara tepat. Validitas dalam penelitian ini menggunakan *construct validity* karena instrumen dalam penelitian ini merupakan instrumen nontes. Untuk menguji *construct validity*, maka dapat digunakan pendapat dari ahli (Sugiyono, 2013:125). Setelah instrumen dikonstruksi tentang aspek-aspek yang akan diukur, maka selanjutnya dikonsultasikan dengan ahli. Tenaga ahli tersebut diminta pendapatnya tentang instrumen yang telah disusun dalam penelitian ini.

Data yang diperoleh ditabulasikan dan dilakukan analisis faktor dengan metode *construct validity* dengan menggunakan metode korelasi sederhana. Apabila hasilnya sebesar 0,30 atau lebih. Maka faktor tersebut merupakan konstruksi yang kuat atau memiliki validitas konstruksi yang baik.

b) Uji Reliabilitas

Uji reabilitas menyatakan bahwa apabila instrument yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Menurut Sugiyono (2013:122) Reliabilitas adalah derajat konsistensi data dalam interval waktu tertentu. Berdasarkan pengertian tersebut maka reabilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian, dan kekonsistenan. Pengujian reabilitas kuesioner pada penelitian ini peneliti menggunakan metode *Alpha Cronbach* (α) dihitung dengan menggunakan SPSS. Adapun kriteria untuk menilai reliabilitas instrumen penelitian ini yang menunjukkan, suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60.

2. Pengumpulan data sekunder

Teknik pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari riset lapangan langsung melalui wawancara dengan pemilik Rumah Makan Padang Melati.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Menurut Nur Indriantoro dalam Umi Narimawati (2010:31) :

> "Operasionalisasi variabel adalah penentuan construct sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu dapat digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalisasikan construct, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran construct yang lebih baik"

Penelitian ini terdiri dari variabel eksogen, variabel intervening dan variabel endogen, yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan teori, definisi operasional dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut.

Pertama, kualitas produk adalah keseluruhan kualitas atau karakteristik dari menu-menu yang ditawarkan Rumah Makan Padang Melati kepada konsumen guna memuaskan kebutuhan dan memberikan kepuasan konsumen. Contohnya ; menu-menu yang bervariasi, kebersihan dari makanan dan minuman yang disajikan, kebersihan perlengkapan makan dan fasilitas yang tersedia, dan cita rasa khas Padang yang kental dan sebagainya.

Kedua, harga adalah sejumlah uang atau nilai yang dikeluarkan oleh konsumen guna mendapatkan manfaat dari membeli dan mengkonsumsi makanan di Rumah Makan Padang Melati.

Ketiga, kualitas pelayanan adalah kualitas pelayanan secara keseluruhan yang diberikan Rumah Makan Padang Melati guna memberikan kepuasan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan karyawan atau pramusaji Rumah Makan Padang Melati memberikan pelayanan yang baik dan benar maka konsumen akan merasa kebutuhannnya dipenuhi dan merasakan suatu kepuasan karena kebutuhan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapan.

Keempat, kepuasan konsumen adalah keadaan apa yang didapatkan konsumen terhadap kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Rumah Makan Padang Melati sesuai dengan harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen.

Kelima, loyalitas pelanggan adalah konsumen memiliki komitmen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk di Rumah Makan Padang Melati, mengajak dan memberikan informasi kepada keluarga, rekan dan kerabat untuk membeli produk di Rumah Makan Padang Melati.

3.5 Metoda Analisis Data

3.5.1 Pengolahan data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 21 (*Statistical Program for Social Science*). Hal ini dikarenakan agar penelitian dapat memperoleh data statistik dengan lebih cepat dan tepat.

3.5.2 Penyajian data

Data yang telah diperoleh akan disajikan dalam bentuk tabel untuk mempermudah dalam menganalisis data dan dapat memahami data sehingga lebih sistematis.

3.5.3 Analisis statistik data

3.5.3.1 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Untuk pengujian hipotesis dan menghasilkan suatu model yang fit, digunakan analisis jalur (*path analysis*) dalam penelitian ini dimana untuk menguji pengaruh antara variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan variabel kepuasan pelanggan sebagai mediasi. Menurut Sugiyono (2013:70), analisis jalur (*path analysis*) adalah bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar satu variabel dengan variabel lainnya. Analisis jalur digunakan dengan menggunakan korelasi, regresi dan jalur sehingga dapat diketahui untuk sampai pada variabel dependen terakhir, harus lewat jalur langsung atau melalui variabel intervening”

Data dalam penelitian ini diolah dengan bantuan komputer dengan program SPSS versi 22. Ada lima langkah dalam analisis jalur :

1. Langkah pertama, membuat persamaan struktural yang digunakan pada analisis jalur dalam penelitian ini:
   a. Substruktur 1

      $Z = \boldsymbol{\beta} zx_1 + \boldsymbol{\beta} zx_2 + \boldsymbol{\rho} zx_3 + €_1$ **.....(3.4)**

   b. Substruktur 2

      $Y = \boldsymbol{\beta} yx_1 + \boldsymbol{\beta} yx_2 + \boldsymbol{\rho} yx_3 + \boldsymbol{\beta} zy + €_2$ **.....(3.5)**

      Keterangan :

      $\boldsymbol{\beta}$ = Pengaruh

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

X_3 = Kualitas Pelayanan

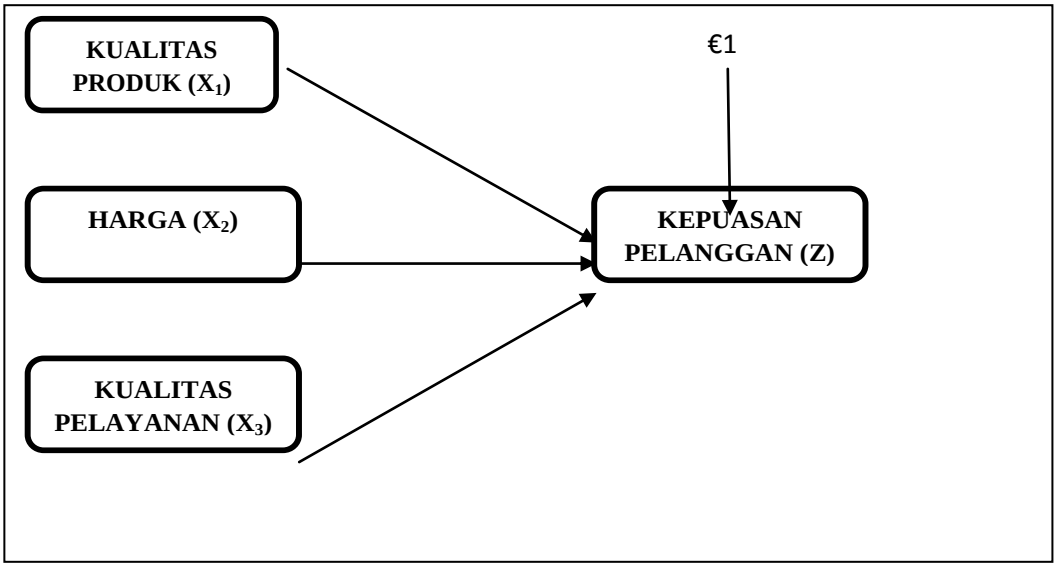
Y = Loyalitas Pelanggan

Z = Kepuasan Pelanggan

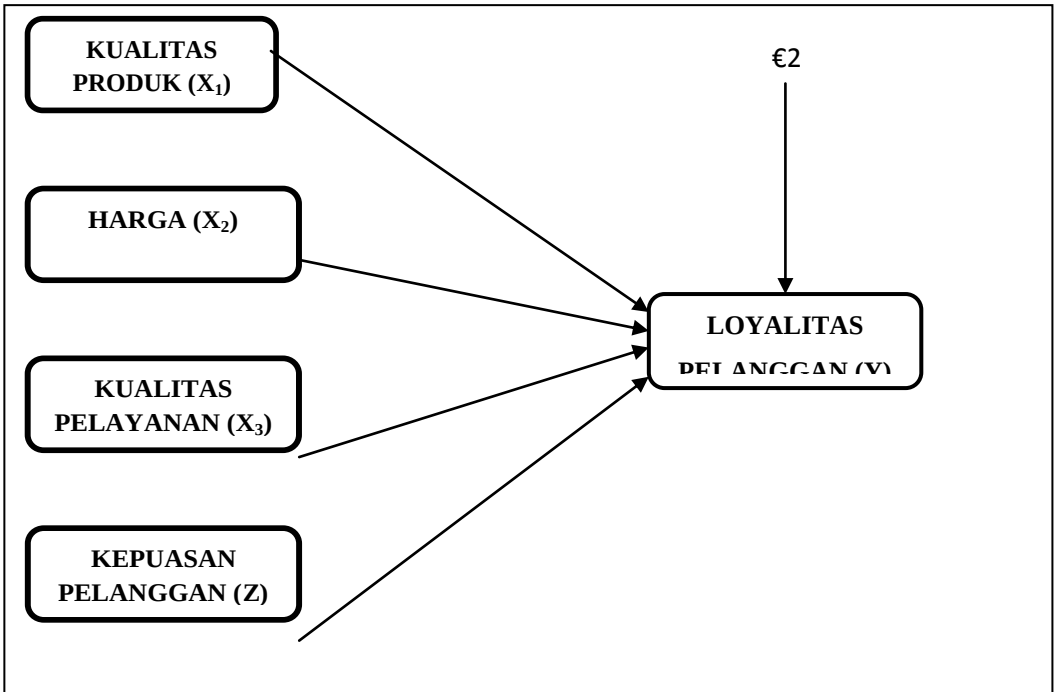
€ = Error

2. Langkah kedua, membuat diagram sub struktural 1 dan diagram sub struktural 2 sebagai berikut :

Gambar 3.1 Diagram Substruktur 1

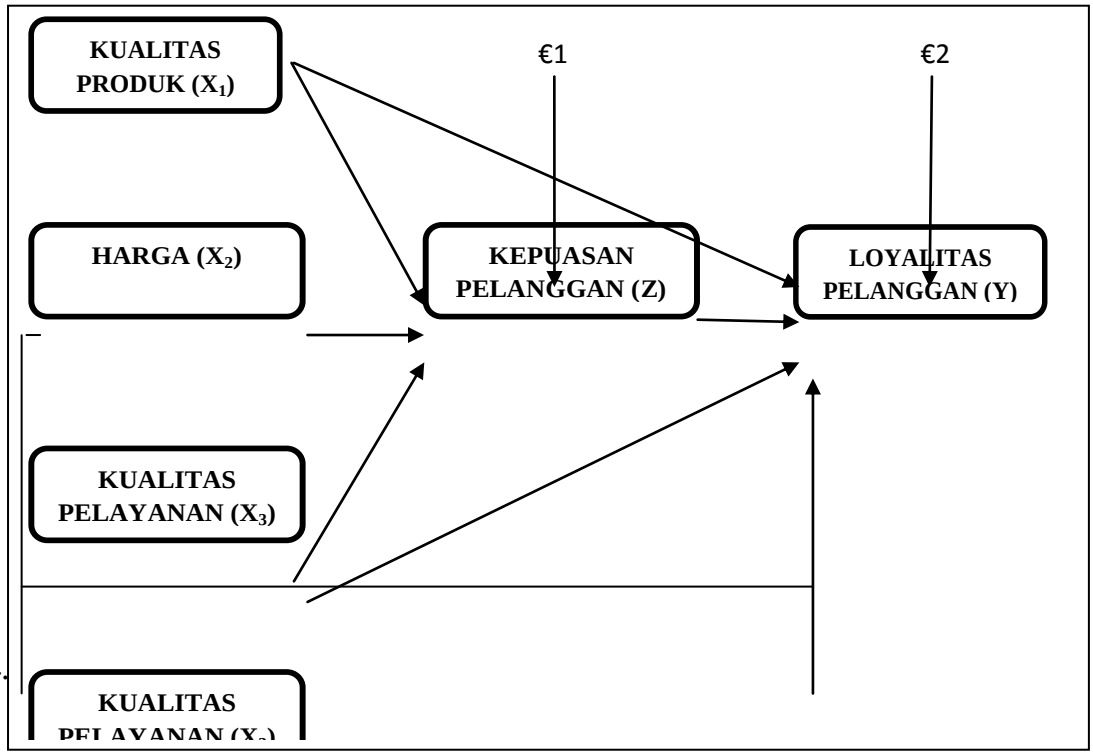


Gambar 3.2 Diagram Substruktur 2



3. Langkah ketiga, membuat diagram jalur persamaan struktural sebagai berikut :

Gambar 3.3 Model Diagram Analisis Jalur



4. melandasi.
5. Langkah terakhir, yaitu melakukan interprestasi hasil, akan terjadi mediasi penuh jika pada model regresi ketiga variabel endogen tidak signifikan pada variabel eksogen, akan terjadi mediasi parsial jika pada model regresi ketiga variabel endogen tetap signifikan, dan tidak ada faktor mediasi jika salah satu model regresi tidak signifikan.

3.5.3.2 Pengujian Hipotesis

Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh langsung X_1 pada Z

H_o:βzx_1 = 0 (Tidak terdapat pengaruh langsung kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Padang Melati)

$H_{a:}$ $\beta zx_1 \neq 0$ (Terdapat pengaruh langsung kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Padang Melati)

Kriteria:

Ho ditolak atau Ha diterima jika *signifikansi* < 0,05.

Ho diterima atau Ha ditolak jika *signifikansi* $\geq$ 0,05.

2. Pengaruh langsung X_2 pada Z

H_o:βzx_2 = 0 (Tidak terdapat pengaruh langsung harga terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Padang Melati)

$H_{a:}$ $\beta zx_2 \neq 0$ (Terdapat pengaruh langsung harga terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Padang Melati)

Kriteria:

Ho ditolak atau Ha diterima jika *signifikansi* < 0,05.

Ho diterima atau Ha ditolak jika *signifikansi* $\geq$ 0,05.

3. Pengaruh langsung X_3 pada Z

H_o:βzx_3 = 0 (Tidak terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Padang Melati)

$H_{a:}$ $\beta zx_3 \neq 0$ (Terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Padang Melati)

Kriteria:

Ho ditolak atau Ha diterima jika *signifikansi* < 0,05.

Ho diterima atau Ha ditolak jika *signifikansi* $\geq$ 0,05.

4. Pengaruh langsung X_1 pada Y

H_o:βyx_1 = 0 (Tidak terdapat pengaruh langsung kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Makan Padang Melati)

$H_{a:}$ $\beta yx_1 \neq 0$ (Terdapat pengaruh langsung kualitas produk terhadap kepuasan loyalitas di Rumah Makan Padang Melati)

Kriteria:

Ho ditolak atau Ha diterima jika *signifikansi* < 0,05.

Ho diterima atau Ha ditolak jika *signifikansi* $\geq$ 0,05.

5. Pengaruh langsung X_2 pada Y

H_o:$\beta yx_2 = 0$ (Tidak terdapat pengaruh langsung harga terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Makan Padang Melati)

$H_{a:}$ $\beta yx_2 \neq 0$ (Terdapat pengaruh langsung harga terhadap kepuasan loyalitas di Rumah Makan Padang Melati)

Kriteria:

Ho ditolak atau Ha diterima jika *signifikansi* < 0,05.

Ho diterima atau Ha ditolak jika *signifikansi* $\geq$ 0,05.

6. Pengaruh langsung X_3 pada Y

H_o:$\beta yx_3 = 0$ (Tidak terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Makan Padang Melati)

$H_{a:}$ $\beta yx_3 \neq 0$ (Terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan loyalitas di Rumah Makan Padang Melati)

Kriteria:

Ho ditolak atau Ha diterima jika *signifikansi* < 0,05.

Ho diterima atau Ha ditolak jika *signifikansi* $\geq$ 0,05.

7. Pengaruh langsung Z pada Y

H_o:$\beta yx_3 = 0$ (Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan)

$H_{a:}$ $\beta yx_3 \neq 0$ (Terdapat pengaruh yang signifikan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan)

Kriteria:

Ho ditolak atau Ha diterima jika *signifikansi* < 0,05

Ho diterima atau Ha ditolak jika *signifikansi* $\geq$ 0,05

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

8. Pengujian pengaruh tidak langsung X_1 terhadap Y melalui Z

   Ho : $\beta zyx_1 \leq 0$ (Tidak terdapat pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Rumah Makan Padang Melati).

   Ha : $\beta zyx_1 > 0$ (Terdapat pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Rumah Makan Padang Melati)

   Kriteria :

   Ho ditolak, jika *Direct Effect* (DE) ≤ *Total Effect* (TE)

   Ho diterima, jika *Direct Effect* (DE) > *Total Effect* (TE)

9. Pengujian pengaruh tidak langsung X_2 terhadap Y melalui Z

   Ho : $\beta zyx_2 \leq 0$ (Tidak terdapat pengaruh tidak langsung harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Rumah Makan Padang Melati).

   Ha : $\beta zyx_2 > 0$ (Terdapat pengaruh tidak langsung harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Rumah Makan Padang Melati)

   Kriteria :

   Ho ditolak, jika *Direct Effect* (DE) ≤ *Total Effect* (TE)

   Ho diterima, jika *Direct Effect* (DE) > *Total Effect* (TE)

10. Pengujian pengaruh tidak langsung X_3 terhadap Y melalui Z

    Ho : $\beta zyx_3 \leq 0$ (Tidak terdapat pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Rumah Makan Padang Melati).

    Ha : $\beta zyx_3 > 0$ (Terdapat pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Rumah Makan Padang Melati)

Kriteria :

Ho ditolak, jika *Direct Effect* (DE) ≤ *Total Effect* (TE)

Ho diterima, jika *Direct Effect* (DE) > *Total Effect* (TE)