

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:8) metode penelitian kuantitatif digunakan meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Objek dan Lokasi Penelitian

1. Objek dari penelitian ini adalah pelanggan pada toko rini kosmetik Karyatani Labuhan Maringgii Lampung Timur atas kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.
2. Lokasi
Lokasi penelitian ini dilakukan di Toko Rini Kosmetik Karyatani Lampung Timur

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diberikan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2015:17). Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah

a. Variabel Bebas / Eksogen Variable(ξ)

Menurut Sugiyono, (2015 :17). Variabel bebas/eksogen variable adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel ini merupakan stimulus untuk mempengaruhi variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel independen adalah :

1. Kualitas Pelayanan

Definisi Konseptual :

Kualitas pelayanan merupakan elemen yang terpenting dengan upaya untuk memuaskan konsumen atas keinginan dan kebutuhan konsumen yang dapat dijabarkan melalui bukti fisik,keandalan dalam memberikan layanan sesuai

yang dijanjikan, ketanggapan/kepekaan dalam pelayanan, jaminan layanan, dan empati dalam melayani.

Definisi Operasional :

Kualitas pelayanan merupakan elemen yang terpenting dengan upaya untuk memuaskan konsumen atas keinginan dan kebutuhan konsumen yang dapat dijabarkan melalui bukti fisik, keandalan dalam memberikan layanan sesuai yang dijanjikan, ketanggapan/kepekaan dalam pelayanan, jaminan layanan, dan empati dalam melayani yang dapat diukur melalui kuisioner dengan *skala likert* yang dibagikan kepada pelanggan pada toko rini cosmetic.

2. Kualitas Produk

Definisi Konseptual :

kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi hasil kerja, keistimewaaan, daya tahan, kehandalan, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. kualitas produk adalah suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk.

Definis Operasional :

kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi hasil kerja, keistimewaaan, daya tahan, kehandalan, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. kualitas produk adalah suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Kualitas produk yang dapat diukur melalui kuesioner *skala likert* yang dibagikan kepada pelanggan pada toko rini cosmetic.

3. Harga

Definisi Konseptual :

harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Dari sudut pandang pemasaran. Oleh karena itu, harga mempengaruhi keterjangkauan, perbandingan, dan kesesuaian harga.

Definisi Operasional :

harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Dari sudut pandang pemasaran. Oleh karena itu, harga mempengaruhi keterjangkauan, perbandingan, dan kesesuaian harga. Harga yang dapat diukur melalui

kuesioner *skala likert* yang dibagikan kepada pelanggan pada toko rini cosmetic.

b. Variabel Terikat / *Dependen Variabel*(η_2)

Variabel terikat atau (*dependen variabel*) adalah variabel yang kemunculannya diasumsikan sebagai akibat dari adanya variabel sebab atau variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen atau terikat (η_2) adalah loyalitas pelanggan

1. Loyalitas Pelanggan

Definisi Konseptual :

loyalitas pelanggan adalah Komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, dan memenuhi tanggapan konsumen dengan tanggapan kepercayaan. meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk perubahan perilaku.

Definisi Operasional :

loyalitas pelanggan adalah Komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, dan memenuhi tanggapan konsumen dengan tanggapan kepercayaan. meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk perubahan perilaku. Loyalitas pelanggan dapat diukur melalui kuesioner dengan *skala likert* yang dibagikan kepada pelanggan pada toko rini cosmetic.

c. Variabel Intervening(η_2)

Variabel intervening adalah variabel yang menjadi antara atau penyelang diantara variabel bebas dan variabel terikat, sehingga variabel bebas tidak secara langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel terikat. Variabel ini berperan menambah atau mengurangi efek variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel intervening adalah :

1. Kepuasan Pelanggan

Definisi Konseptual :

kepuasan pelanggan pada dasarnya mencakup dan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan ini

sangat penting diperhatikan oleh perusahaan sebab berkaitan langsung dengan kesesuaian harapan pelanggan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasi, merekomendasi jasa, keberhasilan pemasaran dan penjualan produk perusahaan. Dengan demikian kunci keberhasilan perusahaan sebenarnya sangat tergantung kepada suksesnya perusahaan dalam memuaskan kebutuhan pelanggannya. Definisi Operasional :

kepuasan pelanggan pada dasarnya mencakup dan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan ini sangat penting diperhatikan oleh perusahaan sebab berkaitan langsung dengan kesesuaian harapan pelanggan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasi, merekomendasi jasa, keberhasilan pemasaran dan penjualan produk perusahaan. Dengan demikian kunci keberhasilan perusahaan sebenarnya sangat tergantung kepada suksesnya perusahaan dalam memuaskan kebutuhan pelanggannya. Kepuasan pelanggan dapat diukur melalui kuesioner dengan *skala likert* yang dibagikan kepada pelanggan pada toko rini cosmetic.

D. Tahapan Sampling

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Pengambilan populasi dalam penelitian ini diambil dari pelanggan Toko Rini Kosmetik. Jumlah populasi penelitian ini tidak diketahui secara pasti.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto 2012:117). Untuk memperoleh sampel yang mewakili populasi secara keseluruhan maka sampel diambil menggunakan teknik *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2017) bahwa *accidental sampling* adalah sampel yang diambil berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, berdasarkan hal tersebut

maka sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan dari toko rini cosmetic yang kebetulan ditemui oleh peneliti saat penelitian. Dalam penelitian ini responden akan diambil jika populasi tidak diketahui adalah paling sedikit tiga sampai lima dari jumlah item pertanyaan. Menurut Sugiyono (2017) Dalam penelitian ini terdapat 20 item pertanyaan sehingga sampel yang diambil berdasarkan *accidental sampling* adalah sebanyak 50 responden dalam waktu 1 minggu penelitian karena kendala keterbatasan waktu dan biaya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data yang relevan dalam penelitian ini maka peneliti membutuhkan suatu teknik pengumpulan data. teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada untuk dijawab (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini daftar pernyataan dalam kuesioner berkaitan dengan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Table 3. Kisi-kisi Kuesioner

No	Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan
1.	Kualitas pelayanan (ξ_1)	1. Bukti fisik	1,2,3,4,5
		2. Keandalan	6,7,8,
		3. Kepekaan	9,10,11,12,
		4. Jaminan	13,14,15,16,17,
		5. Empati	18,19,20
2.	Kualitas produk (ξ_2)	1. Hasil kerja	1,2,3,4,5
		2. Ciri-ciri atau keistimewaan	6,7,8,9,10
		3. Keandalan	11,12,13,14,15
		4. Daya tahan	16,17,18,19,20
3.	Harga (ξ_3)	1. Keterjangkauan	1,2,3,4,5,6,7,8
		2. Perbandingan	9,10,11,12,13,14,15
		3. Kesesuaian harga	16,17,18,19,20
4.	Loyalitas pelanggan (η_2)	1. Tanggapan konsumen	1,2,3,4,5
		2. Komitmen	6,7,8,9,10

No	Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan
		3. perilaku	11,12,13,14,15
		4. tanggapan kepercayaan	16,17,18,19,20
5.	Kepuasan pelanggan (η_1)	1. kesesuaian harapan	1,2,3,4,5
		2. minat berkunjung kembali	6,7,8,9,10
		3. kesediaan merekomendasi	11,12,13,14,15
		4. merekomendasi jasa	16,17,18,19,20

Sumber : Menurut Para ahli

F. Instrumen Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Pada penelitian ini, variabel ini akan diukur dengan menggunakan *skala likert*, *Skala likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016). Dengan *skala likert*, maka variabel yang diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel akan dijadikan sebagai tolak ukur dalam penyusunan instrumen pernyataan. Jawaban yang diperoleh dari instrumen akan diberikan point mulai dari yang terendah sampai yang tertinggi dengan kata-kata sebagai berikut:

Tabel 4. Nilai dan Kategori Jawaban Kuesioner

Pertanyaan	Nilai skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Cukup Setuju (CS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan berupa kuesioner diukur menggunakan *Skala Likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mencari pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan (ξ_1) kualitas produk (ξ_2) dan harga (ξ_3) sebagai variabel independen dan loyalitas pelanggan (η_2) sebagai variabel dependen melalui kepuasan pelanggan (η_1) sebagai variabel intervening.

1. Pengujian Persyaratan Instrumen

a. Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan suatu data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Kriteria yang digunakan dalam uji validitas adalah r hitung $>$ r tabel. Jika memenuhi kriteria tersebut maka suatu data dinyatakan valid. Untuk melakukan uji validitas dapat menggunakan teknik *pearson product moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi antara X dengan Y

X_i = nilai x ke- i

Y_i = nilai y ke- i

n = banyaknya nilai

b. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyanto, 2016). Uji reliabilitas sendiri bertujuan untuk mengukur kuesioner (angket) yang merupakan indikator dari variabel tersebut. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan *software* SPSS 25 dengan metode *Cronbach's Alpha*. Rumus yang digunakan adalah :

$$r_1 = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_1^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_1 = reliabilitas instrument

n = banyaknya butir instrument

$\sum \sigma_i^2$ = jumlah varian butir

σ_t^2 = varians total

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terdapat distribusi normal antara variabel terikat dan variabel bebas. Apabila distribusi data normal atau mendekati normal, berarti model regresi adalah baik. Pengujian untuk menentukan data berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan uji statistik non-parametrik. Uji statistik non parametrik yang digunakan adalah uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* (1-Sample K-S). jika hasil dari signifikan lebih kecil dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal, sedangkan hasil angka signifikan lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal.

Dalam uji *Kolmogorov-Smirnov* standar yang ditentukan dengan pedoman keputusan yaitu sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka tidak berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka berdistribusi normal.

Hipotesis yang digunakan dalam menyimpulkan keputusan yaitu:

H_a berdistribusi normal dan H_0 tidak berdistribusi normal.

Rumus *Kolmogorov-Smirnov*:

$$KD = 1,36 \frac{n1 + n2}{n1n2}$$

(Sugiyono, 2013)

Keterangan :

KD = Jumlah *Kolmogorov-Smirnov* yang dicari

$n1$ = Jumlah sampel yang diperoleh

$n2$ = Jumlah sampel yang diharapkan

2. Uji Linearitas dan Keberartian Regresi

Uji linieritas adalah sifat hubungan yang linier antar variable, artinya setiap perubahan yang terjadi pada satu variabel akan diikuti perubahan dengan besaran yang sejajar pada variabel lainnya. Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear

atau tidak secara signifikan, uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear.

Uji linearitas dan regresi dilakukan dengan menggunakan program office excel 2010. Dasar pengambilan kesimpulan dari uji linearitas dapat dilihat apabila $F_{hitung} < T_{table}$ maka dapat disimpulkan bahwa hubungan variabel bersifat linier. Sedangkan uji keberartian regresi terlihat apabila nilai $F_{hitung} > F_{table}$ demikian regresi antar variabel signifikan.

3. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi data adalah sama atau tidak. Uji dilakukan sebagai persyaratan dalam analisis *Independent Samples T Tes* dan *One Way ANOVA*. Asumsi yang mendasar dalam analisis varian (*ANOVA*) adalah bahwa varian dari populasi adalah sama. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua variable atau lebih kelompok data adalah sama. Untuk menguji homogenitas varian dari dua kelompok data, maka peneliti menggunakan rumus F yaitu sebagai berikut:

$$F = \frac{\text{Varian besar}}{\text{Varian terkecil}}$$

Taraf signifikan yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$. Uji homogenitas menggunakan SPSS dengan kriteria yang digunakan untuk mengambil kesimpulan apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka varian tidak homogen. Akan tetapi apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} , maka dapat memiliki varian yang homogen.

I. Persyaratan Hipotesis

Data yang diperoleh dari suatu penelitian harus dianalisa terlebih dahulu, secara benar agar dapat ditarik suatu kesimpulan yang merupakan jawaban yang tepat dari permasalahan yang diajukan.

1. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis Jalur digunakan untuk mengetahui apakah data mendukung teori, yang secara apriori dihipotesiskan, yang mencakup kaitan struktural antar variabel terukur. Analisis Jalur atau yang lebih dikenal luas sebagai *Path Analysis* merupakan suatu metode pendekomposisian korelasi kedalam

bagian-bagian yang berbeda untuk menginterpretasikan suatu pengaruh (*effect*).

Dalam analisis jalur yang distandarkan korelasi dapat dipecah kedalam komponen-komponen struktural (*kausal*) dan nonstruktural (*nonkausal*) didasarkan teori yang dinyatakan dalam diagram jalur. Total Efek Struktural dapat didekomposisi adalah secara langsung dan Tidak Langsung. Dalam kajian analisis jalur, untuk menyederhanakan lambang, akan digunakan dua macam lambang saja yaitu ξ dan η .

Variabel eksogen (*exogenous variable*) mencerminkan variabel penyebab, dan variabel endogen (*endogenous variable*) sebagai variabel akibat. Untuk menganalisis akibat langsung maupu tidak langsung seperangkat variabel penyebab variabel lainnya dilakukan analisis jalur. Adapun persamaan struktural dari analisis jalur sebagai berikut:

a. Sub Struktural 1

$$\eta_1 = \gamma_{11}\xi_1 + \gamma_{21}\xi_2 + \gamma_{31}\xi_3 + \zeta$$

b. Sub Struktural 2

$$\eta_2 = \gamma_{12}\xi_1 + \beta_{21}\eta_1 + \gamma_{12}\xi_2 + \gamma_{23}\xi_3 + \zeta$$

Keterangan:

γ (gama) = hubungan antara eksogen - endogen

ξ (kshi) = variabel eksogen

ζ (zeta) = kesalahan dalam persamaan

β (beta) = hubungan langsung variabel endogen-endogen

η (eta) = variabel endogen

J. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik adalah pernyataan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya. Jika menguji hipotesis penelitian dengan perhitungan statistik, maka rumusan hipotesis tersebut perlu diubah ke dalam rumusan hipotesis penelitian hanya dituliskan salah satu saja yaitu hipotesis alternatif (H_a) atau hipotesis (H_0). Hipotesis statistik pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. $H_0 = \gamma\eta_1\xi_1 \leq 0$: Kualitas pelayanan (ξ_1) berpengaruh langsung terhadap Kepuasan pelanggan (η_1).
 $H_a = \gamma\eta_1\xi_1 > 0$: Kualitas pelayanan (ξ_1) berpengaruh langsung terhadap Kepuasanpelanggan(η_1).
2. $H_0 = \gamma\eta_1\xi_2 \leq 0$: kualitas produk (ξ_2) berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Pelanggan (η_1).
 $H_a = \gamma\eta_1\xi_2 > 0$: kualitas produk (ξ_2) berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Pelanggan (η_1)
3. $H_0 = \gamma\eta_1\xi_3 \leq 0$: Harga (ξ_1) berpengaruh langsung terhadap Kepuasan pelanggan (η_1)
 $H_a = \gamma\eta_1\xi_3 > 0$: Harga (ξ_1) berpengaruh langsung terhadap Kepuasan pelanggan (η_1)
4. $H_0 = \gamma\eta_2\xi_1 \leq 0$: Kualitas Pelayanan (ξ_1) berpengaruh langsung terhadap Loyalitas pelanggan (η_2)
 $H_a = \gamma\eta_2\xi_1 > 0$: Kualitas Pelayanan (ξ_1) berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan (η_2)
5. $H_0 = \gamma\eta_2\xi_2 \leq 0$: Kualitas Produk (ξ_2) berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan(η_2)
 $H_a = \gamma\eta_2\xi_2 > 0$: Kualitas Produk (ξ_2) berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan(η_2)
6. $H_0 = \gamma\eta_2\xi_3 \leq 0$: Harga (ξ_3) berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan(η_2)
 $H_a = \gamma\eta_2\xi_3 > 0$: Harga (ξ_3) berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan (η_2)
7. $H_0 = \gamma\eta_1\gamma\eta_2 \leq 0$: Kepuasan Pelanggan (η_1) berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan (η_2)
 $H_a = \gamma\eta_1\eta_2 > 0$: Kepuasan Pelanggan(η_1) berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan (η_2)