

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Kuantitatif ialah penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan melalui teknik pengukuran yang cermat terhadap variabel-variabel tertentu, sehingga menghasilkan simpulan-simpulan yang dapat digeneralisasikan lepas dari konteks waktu dan situasi serta jenis data yang dikumpulkan terutama data kuantitatif. (Machali, 2016 : 17).

Pendekatan kuantitatif ini lebih tertuju pada olah data dengan metode statistik atau menghitung angka-angka. Jenis penelitian ini adalah bersifat korelasi dan berusaha mengukur pengaruh antara variabel (Machali, 2016 : 29). Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Toko Femina Dengan Kepuasan Pelanggan (Z) Sebagai Variabel Intervening.

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel digunakan untuk menentukan definisi pengaruh variabel-variabel terkait yang menjadi objek penelitian. Operasional variabel bertujuan untuk sebagai petunjuk dalam penelitian dan sebagai pengukuran agar pengujian hipotesis dengan alat bantu dapat berjalan dengan tepat. Peneliti menggunakan tiga variabel bebas (*independen*) yaitu Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3), Variabel intervening yaitu Kepuasan Pelanggan (Z) dan Variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan (Y). adapun definisi operasional variable dalam penelitian ini yaitu :

1. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk (*product quality*) adalah kemampuan produk dalam melaksanakan suatu fungsi yang meliputi daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut produk perusahaan. Indikator dalam kualitas produk yaitu *Performance* (Kinerja), *Reliability* (Keandalan), *Features* (Keistimewaan Tambahan), *Conformance* (Kesesuaian) dan *Aesthetics* (Estetika).

2. Harga (X_2)

Harga adalah nilai yang dinyatakan dalam rupiah atau dalam keadaan lain yang didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya. Indikator harga yaitu Keterjangkauan Harga, Kesesuaian Harga dengan Kualitas Pelayanan, Kesesuaian Harga dengan Manfaat, Harga Sesuai dengan Kemampuan atau Daya Saing Harga dan Promosi dan Diskon.

3. Kualitas Pelayanan (X_3)

Kualitas merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk dapat eksis di tengah ketatnya persaingan dalam industri. Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan. Indikator dalam kualitas pelayanan yaitu Berwujud (*tangibles*), Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan dan Kepastian (*assurance*) dan Empati (*emphaty*).

4. Loyalitas Pelanggan (Y)

Loyalitas adalah respons perilaku yang bias diungkapkan dari waktu ke waktu oleh unit pengambilan keputusan sehubungan dengan satu atau lebih merek alternatif dari satu set merek dan menjadi fungsi dari proses psikologis. Indikator dalam loyalitas pelanggan yaitu *Repeat* (Pembelian Berulang), *Retention* (Pertahanan), *Referrals* (Referensi), Frekuensi Pembelian dan Partisipasi dalam Program Loyalitas.

5. Kepuasan Pelanggan (Z)

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Indikator Kesesuaian Harapan, Minat untuk Berkunjung Kembali, Ketersediaan Merekomendasikan dan Kepuasan Pengalaman Berbelanja.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulan (Machali, 2016 : 52).

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa populasi adalah suatu subyek yang berada pada ruang lingkup tertentu yang telah ditetapkan atau ditentukan. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen pada Toko Femina.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel dapat diartikan sebagai anggota poulasi yang telah dipilih dengan menggunakan metode tertentu (Machali, 2016 : 52).

Untuk mengetahui sampel dalam penelitian analisis *multivariate* (korelasi atau regresi) maka jumlah anggota sampel dapat ditentukan sebanyak 10x lebih banyak dari jumlah variabel penelitian. Maka dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut (Machali, 2016 : 52) :

$$n = 10 \times \text{Jumlah Variabel (Independen dan Dependen)}$$

$$n = 10 \times 5$$

$$n = 50$$

Maka berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden.

3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel adalah cara yang digunakan dalam menentukan sampel yang akan diteliti sesuai dengan ukuran jumlah sampel, dengan memperhatikan sifat-sifat dan kategori tertentu agar memperoleh sampel yang representative (Machali, 2016 : 52).

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *Purpose Sampling*. *Purpose sampling* diartikan sebagai pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan ciri-ciri atau sifat populasi yang diketahui sebelumnya (Machali, 2016 : 52). Adapun ciri-ciri sampel dalam penelitian ini yaitu merupakan konsumen Toko Femina.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dalam sebuah penelitian, dengan tujuan utama dari teknik pengumpulan data adalah menemukan data-data yang dibutuhkan sebagai bahan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Kuesioner

Kuesioner atau angket adalah daftar pertanyaan tertulis yang memerlukan tanggapan baik kesesuaian maupun ketidaksesuaian dari sikap testi. Pertanyaan dan pernyataan yang ditulis pada angket berdasarkan indikator yang diturunkan pada setiap variabel tertentu. Kuesioner merupakan lembaran pertanyaan yang terdiri dari dua bentuk, yaitu kuesioner dengan pertanyaan terbuka, atau kuesioner tertutup dan kombinasi keduanya (Hardani, 2020 : 406).

Peneliti menggunakan jenis angket tertutup, dimana responden memberikan tanggapan terbatas yang sudah dibuat oleh peneliti. Jenis angket tertutup ini digunakan untuk mencari informasi mengenai pengaruh persepsi kemudahan, dan persepsi kebutuhan terhadap pendapatan karyawan. Teknik pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan *Skala Likert*. *Skala likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap suatu kejadian atau keadaan. *Skala Likert* terdiri dari beberapa pernyataan tentang sikap seorang responden pada objek yang akan diteliti dan pada setiap pernyataannya memiliki skor. Menurut (Hardani, 2020 : 406) *skala likert* ada lima poin yaitu :

Tabel 3 Tabel Skala Likert

No.	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Cukup setuju	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

2. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Dalam melakukan metode dokumentasi peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, dokumen, peraturan undang-undang, majalah, surat kabar dan lainnya (Hardani, 2020 : 406).

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian. Instrumen penelitian juga dapat diartikan sebagai alat yang digunakan untuk mendapatkan informasi terkait variasi karakteristik variabel secara objektif.

1. Rancangan Instrumen Penelitian

Perencanaan instrumen penelitian merupakan suatu tahap yang wajib ditempuh dalam perumusan instrumen pada setiap variabel. Dalam hal ini harus dijelaskan secara rinci dan terstruktur mengenai bagaimana suatu instrumen yang akan digunakan. Sehingga dapat menyajikan kisi-kisi instrumen yang menggambarkan jumlah dan urutan item pada setiap variabel. Adapun kisi-kisi instrumen dalam penelitian ini yaitu :

Tabel 4
Kisi-kisi instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Nomor Soal	Jumlah
1	Kualitas Produk (X1)	<i>Performance</i> (Kinerja)	1, 2, 3, 4	4 Soal
		<i>Reliability</i> (Keandalan)	5, 6, 7, 8	4 Soal
		<i>Features</i> (Keistimewaan Tambahan)	9, 10, 11, 12	4 Soal
		<i>Conformance</i> (Kesesuaian)	13, 14, 15, 16	4 Soal
		<i>Aesthetics</i> (Estetika)	17, 18, 19, 20	4 Soal
		Keterjangkauan Harga	21, 22, 23, 24	4 Soal
		Kesesuaian Harga dengan Kualitas Pelayanan	25, 26, 27, 28	4 Soal
2	Harga (X2)	Keseuaian Harga dengan Manfaat	29, 30, 31, 32	4 Soal
		Harga Sesuai dengan Kemampuan atau Daya Saing Harga	33, 34, 35, 36	4 Soal
		Promosi dan Diskon	37, 38, 39, 40	4 Soal
		Berwujud (<i>tangibles</i>)	41, 42, 43, 44	4 Soal
		Keandalan (<i>reliability</i>)	45, 46, 47, 48	4 Soal
		Ketanggapan (<i>responsiveness</i>)	49, 50, 51, 52	4 Soal
		Jaminan dan Kepastian (<i>assurance</i>)	53, 54, 55, 56	4 Soal
3	Kualitas Pelayanan (X3)			

No	Variabel	Indikator	Nomor Soal	Jumlah
4	Loyalitas Pelanggan (Y)	Empati (<i>emphaty</i>)	57, 58, 59, 60	4 Soal
		<i>Repeat</i> (Pembelian Berulang)	61, 62, 63, 64	4 Soal
		<i>Retention</i> (Pertahanan)	65, 66, 67, 68	4 Soal
		<i>Referrals</i> (Referensi)	69, 70, 71, 72	4 Soal
		Frekuensi Pembelian	73, 74, 75, 76	4 Soal
		Partisipasi dalam Program Loyalitas	77, 78, 79, 80	4 Soal
		Kesesuaian Harapan	81, 82, 83, 84	4 Soal
		Minat untuk Berkunjung Kembali	85, 86, 87, 88	4 Soal
5	Kepuasan Pelanggan (Z)	Ketersediaan	89, 90, 92, 92	4 Soal
		Merekomendasikan	93, 94, 95, 96	4 Soal
		Kepuasan Pengalaman Berbelanja	97, 98, 99, 100	4 Soal
		Reaksi Terhadap Perubahan dan Perbaikan		

2. Pengujian Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel (Machali, 2016 : 52).

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, dengan menggunakan SPSS 28, yaitu dengan cara membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dimana dengan ketentuan sebagai berikut (Machali, 2016 : 52):

- Jika nilai $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} maka item dianggap valid.
- Jika nilai $r_{hitung} <$ nilai r_{tabel} maka item dianggap tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontrak-kontrak pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap

seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,70 maka reliabel (Machali, 2016 : 52). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Korelasi *Alpha Croncach* dengan menggunakan SPSS 28.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji pra syarat yang harus terpenuhi dalam model regresi linear berganda. Tujuan uji asumsi klasik yaitu untuk memberikan kepastian jika persamaan regresi sudah memenuhi syarat. Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji prasyarat yang dilakukan untuk mengetahui kenormalan distribusi data. Data yang baik adalah data yang terdistribusi secara normal. Pengujian normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Dengan pengambilan pengujian sebagai berikut (Machali, 2016 : 52):

- 1) Jika Sig > 0,05 maka data terdistribusi normal.
- 2) Jika Sig < 0,05 maka data tidak terdistribusi normal

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat apakah ada korelasi antara masing-masing variabel bebas. Model regresi yang baik merupakan model yang tidak memiliki korelasi antara variabel independen dengan melihat ketentuan sebagai berikut (Machali, 2016 : 52):

- 1) Jika nilai VIF < 10,00 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.
- 2) Jika nilai VIF >10,00 maka terjadi multikolinearitas dalam model regresi

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat terjadinya perbedaan varian dari nilai residual pada suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Berikut hasil output uji heteroskedastisitas dengan melihat *Scatterplot* Berikut adalah ketentuan dalam uji heteroskedastisitas dengan melihat gambar *Scatterplot* (Machali, 2016 : 52) :

- 1) Titik-titik tersebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0.
- 2) Tidak mengumpul di atas atau bawah.
- 3) Penyebaran titik-titik tidak membentuk tidak bergerombol.

4) Penyebaran titik-titik tidak berpola.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk melihat pengaruh dua variabel atau lebih antara variabel independen (X_1 , X_2 dan X_3) terhadap variabel dependen (Y) dan variabel intervening Kepuasan Pelanggan (Z). Dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) variabel dependen Loyalitas Pelanggan (Y) dan variabel intervening Kepuasan Pelanggan (Z). Dimana menggunakan rumus sebagai berikut (Machali, 2016 : 52):

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + e$$

Keterangan :

Y	: Variabel Dependen
a	: Harga Kostanta
$b_{1, 2}$: Koefisien Regresi Pertama, Kedua
$X_{1, 2, 3}$: Variabel independen Pertama
e	: Eror

3. Uji Hipotesis

Uji parsial T digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen dan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen yang diuji dengan tingkat signifikansi 0,05 (Machali, 2016 : 52).

Adapun ketentuan yang digunakan untuk melihat apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut (Machali, 2016 : 52):

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Toko Femina Dengan Kepuasan Pelanggan (Z) Sebagai Variabel Intervening pada Toko Femina.
- 2) Apabilah $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_o diterima, artinya tidak ada pengaruh secara parsial Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Toko Femina

Dengan Kepuasan Pelanggan (Z) Sebagai Variabel Intervening pada Toko Femina.

4. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh secara langsung maupun tidak langsung antara variable bebas (independen) variable terikat (dependen) atau hubungan lain terhadap variable intervening dan moderasi. Variabel intervening adalah variabel yang berfungsi sebagai perantara atau penghubung antara variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat) dalam sebuah penelitian. Variabel ini tidak dapat diamati secara langsung dan memiliki peran untuk menjelaskan hubungan atau pengaruh antara variabel independen dan dependen. (Machali, 2016 : 52).