

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan rancangan deskriptif *asosiatif*. Menurut Sugiyono (2013:13), penelitian deskriptif adalah “penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain”. Sedangkan penelitian *asosiatif* menurut Sugiyono (2013:11) adalah “penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih”. Sedangkan jenis penelitian ini ialah penelitian kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2013:13) metode penelitian kuantitatif adalah Metode “penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis” yang telah ditetapkan.

B. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek dan lokasi penelitian ini dilakukan pada alfamart yang berlokasi di JL. Hasannudin 21 Polos dimana perusahaan tersebut bergerak dibidang (*Ritel*) penjualan produk eceran.

C. Metode Penelitian

1. Operasionalisasi Variabel

Operasional disini menjelaskan mengenai variabel-variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan memberikan kesimpulan mengenai batasan serta ruang lingkup penelitian, dari variable yang dianalisis meliputi :

a. Kualitas Produk

1) Definisi Konseptual

Produk adalah “seperangkat atribut yang berwujud maupun tidak berwujud termasuk didalamnya warna, harga, nama baik produk, nama baik toko yang menjual (pengecer) dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer yang diterima oleh pembeli guna memuaskan kebutuhan dan keinginan”, William. J Stanton dalam Alma (2004:139).

2) Definisi Operasional

Definisi operasional “variabel kualitas produk meliputi: 1) Bentuk(*form*)struktur fisik dari produk, 2) Keistimewaan Tambahan (*Features*), 3) Kinerja (*Performance*), 4) Daya tahan (*Durability*)”

b. Kualitas Pelayanan

1) Definisi Konseptual

Kualitas pelayanan “mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan”. “Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan”, Tjiptono dan Chandra (2012:74).

2) Definisi Operasional

Definisi operasional “variabel kualitas pelayanan meliputi: 1) Bukti fisik (*Tangibles*), 2) Keandalan (*Reliability*), 3) Daya tanggap (*Responsiveness*), 4) Empati (*Empathy*), 5) Jaminan (*Assurance*)”.

c. Loyalitas Pelanggan

1) Definisi Konseptual

Loyalitas adalah “komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih”, Kotler dan Keller, (2009:138).

2) Definisi Operasional

Definisi operasional variabel loyalitas pelanggan meliputi;

- 1) *Perspektif Behavioral* (perilaku), 2) *Perspektif Deterministik* (sikap),
- 3) *Perspektif Integrative*.

Tabel 2
Operasional Variabel dan Kisi-Kisi instrumen

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan
Kualitas Produk (X)	1. Bentuk (<i>form</i>) struktur fisik dari produk	1,2,3,4
	2. Keistimewaan Tambahan (<i>Features</i>)	5,6,7
	3. Kinerja (<i>Performance</i>)	8,9,10,11
	4. Daya tahan (<i>Durability</i>)	12,13,14,15,16,17
Kualitas Pelayanan (X2)	1. Bukti fisik (<i>Tangibles</i>)	1,2,3,
	2. Keandalan (<i>Reliability</i>)	4,5,6
		7,8,9

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan
	3. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)	10,11,12
	4. Empati (<i>Empathy</i>)	13,14,15,16,17
	5. Jaminan (<i>Assurance</i>)	
Loyalitas Pelanggan (Y)	1. <i>Perspektif Behavioral</i> (perilaku)	1,2,3,4,5,6
	2. <i>Perspektif Deterministik</i> (sikap),	7,8,9,10,11,12
	3. <i>Perspektif Integrative</i> .	13,14,15,16,17

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah “generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Sugiyono (2013: 117). Populasi adalah “gabungan dari keseluruhan elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau keseluruhan subyek penelitian”. Arikunto,(2012: 102). Pada penelitian ini populasi mengacu pada orang yang pernah melakukan pembelian di Alfamart.

b. Sampel

Sampel adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”, Sugiyono (2011:62). Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah “*non probability sampling*” dengan cara “*Random sampling*” yaitu mengumpulkan data tentang besaran sekelompok orang (masyarakat) agar meminimalkan dampak terhadap survey tentang grup yang sedang disurvei.

Hair (2011:112) menyarankan “bahwa jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlah populasi pastinya, minimal berjumlah lima kali variabel yang dianalisa atau indikator pertanyaan”. Jumlah indikator pertanyaan dari penelitian ini berjumlah 12, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah sampel} &= 12 \text{ indikator} \times \text{indikator pertanyaan} \\ &= 8 \times 45 \text{ indikator pertanyaan} \\ &= 360 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Sampel dijadikan menjadi 360 responden agar lebih memudahkan pengumpulan data penelitian sampel dari perhitungan tersebut di jadikan populasi dan di sederhanakan menggunakan “*purposive sampling*”. *Purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga sampel yang benar-benar dapat mewakili (*Representative*) dan dapat menggambarkan populasi sebenarnya”, Sugiyono (2013:116).

Adapun teknik untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus slovin sebagai berikut: Riduwan (2010:65)

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Dimana :
 n = jumlah sample
 N = jumlah populasi
 e = presisi yang di tetapkan

Penggunaan rumus Slovin menurut Sugiyono (2011:87) dikarenakan dalam penarikan sampel, “jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak

memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana”. Selain itu rumus slovin di pilih karena jumlah populasi=N dapat di ketahui berdasarkan sumber data pelanggan pada Alfamart. di ketahui populasi (N) sebanyak 360 orang dan tingkat presisi atau taraf kesalahan yang di tetapkan sebesar 10% maka jumlah sample adalah:

$$n = \frac{360}{1 + 360 \cdot (0,1)^2} = 78,26$$

Dari perhitungan tersebut maka di peroleh sampel yang di bulatkan menjadi 78 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut sugiyono (2013:193) terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrument penelitian, dan kualitas pengumpulan data. “Kualitas instrument penelitian berkenaan dengan *validitas* dan *reliabilitas instrument* dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang di gunakan untuk mengumpulkan data”. Oleh karena itu “instrument yang telah teruji validitas dan reliabilitas nya belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliable, apa bila instrument tersebut tidak di gunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya”.

Data-data yang dibutuhkan dalam penelitian dapat dipeloreh dari beberapa sumber, sumber ini dapat diperoleh melalui :

1. study kepustakaan (*library research*)

yaitu hasil pengutipan *literature* buku-buku serta data tertulis yang berhubungan dengan penulisan meliputi teori yang berkaitan dengan kecepatan pelayanan, keramahan, dan komunikasi .

2. Penelitian lapangan (*field research*)

a. Pengamatan (*Observasi*)

Menurut Sutrisno Hadi yang dikutip Sugiyono (2013:203) “observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis”. Penulis melakukan pengamatan dengan terjun langsung ke lapangan dan mencatat apa saja yang penting dalam menangani objek yang diteliti yaitu penelitian langsung pada instansi terkait dan sikap pelanggan.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah segala hal yang penting baik bentuk barang, gambar, ataupun tulisan sebagai bukti dan dapat memberikan keterangan yang benar .

c. Angket (*Questioner*)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden, yaitu dengan mengedarkan daftar pertanyaan kepada pelanggan yang isinya berkaitan dengan kualitas produk dan keputusan pembelian.

Tabel 3.
Nilai dan Kategori jawaban Kuisisioner

Jawaban	Kriteria
A	5
B	4
C	3
D	2
E	1

E. Pengujian Persyaratan Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu item kuesioner, untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan komputer program IBM SPSS versi 25, *Software SPSS (Statistic Product and Service Solution)*.

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r = koefisien korelasi
- x = skor item
- y = skor total dari y
- n = jumlah banyaknya subjek

Menurut Sugiyono (2013:172) “uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel, jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka pertanyaan atau indikator pada kuesioner tersebut adalah valid”. Sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid .

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama” Sugiyono (2011:121).

Pengukuran realibilitas dapat dilakukan dengan cara “*one shot study*” atau pengukuran sekali saja saja dengan alat bantu SPSS uji statistik *Cronbach Alpha* (α).

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum x_{ab}^2}{a_1^2} \right]$$

Keterangan:

- r = reliabilitas instrumen
 k = banyaknya item pertanyaan atau pernyataan
 $\sum x_{ab}^2$ = jumlah varian butir
 a_1^2 = jumlah varian total

Menurut Sugiyono (2011 : 121) “suatu konstruk/ variable dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Croanbach Alpha* > 0,05”.

F. Pengujian Persyaratan Analisis

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengetahui sebuah model regresi yaitu variabel dependen , variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal . “Untuk mendeteksi normalitas dapat melihat grafik normal *P-P Plot of Regression Standardized Residual*”. Deteksi dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik. Pada penelitian ini digunakan uji satu sampel *Kolmogorov-Smirnov* untuk menguji normalitas model regresi , Ghozali (2007:110).

Dasar pengambilan keputusan antara lain:

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi klasik.

2. Uji Linieritas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah kedua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan, Priyanto, (2009:40).

Kaidah yang digunakan untuk menguji linearitas data adalah :

- a. Jika signifikansi (*Significance level*) >0.05 , maka data tidak mempunyai hubungan yang linier .
- b. Jika signifikansi (*Significance level*) <0.05 maka data mempunyai hubungan yang linier .

3. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa variabel populasi adalah sama atau tidak. Uji ini dilakukan sebagai persyaratan dalam analisis *independent sampel T Test* dan ANOVA. Asumsi yang mendasari dalam analisis varian adalah bahwa varian dari populasi adalah sama. Sebagai criteria pengujian, “jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama”, Priyanto, (2009:31)

G. Pengujian Hipotesis Regresi

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Digunakan “untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (kualitas produk dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen” (loyalitas pelanggan). Secara umum persamaan regresi berganda dapat ditulis sebagai berikut : Atmaja,(2009:177).

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Pelanggan
X1 = Kualitas Produk

X_2 = Kualitas Pelayanan
 α = Kostanta
 $b_1 b_2 b_3$ = Koefisien Regresi Berganda
 e = Standard Error

Suatu perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada di dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima”.

2. Uji Parsial t

Uji t berfungsi untuk mengetahui pengaruh secara individual antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Uji t dirumuskan sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{\beta_1}{s\beta_1}$$

Keterangan :

Sumber : Atmaja (2009:188)

β_1 = Koefisien Regresi
 $s\beta_1$ = Simpanan Baku $s\beta_1$

Setelah dilakukan “analisis data dan diketahui hasil perhitungannya maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai t hitung dengan tabel atau bisa juga dengan memperhitungkan signifikansi t lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau lebih besar dari 0,05”. Dari keterangan tersebut dapat ditarik kesimpulan apakah hipotesis nol (H_0) atau hipotesis alternatif (H_a) tersebut ditolak atau diterima.

H_0 = Terdapat hubungan yang positif dan signifikan dari variabel kualitas produk dengan variabel keputusan pembelian.

H_a = Tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel kualitas produk dengan variabel keputusan pembelian.

Kriteria untuk menerima dan menolak suatu hipotesis adalah :

Nilai t hitung \leq T tabel, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak

Nilai t hitung $>$ T tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Atau dengan melihat signifikansi t , yaitu :

Signifikansi $t > 0.05$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis (H_a) diterima

Signifikansi $t < 0.05$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis (H_a) ditolak.

3. Uji f (simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel *independent* yaitu (X_1), dan (X_2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *dependent* yaitu Loyalitas Pelanggan (Y). "Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F dengan menggunakan SPSS dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan 5%". adalah Agung Edy Wibowo, (2012:135) :

"Jika nilai signifikan $<$ 0,05, atau f hitung $>$ dari f tabel maka terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi $>$ 0,05, atau f hitung $<$ dari f tabel maka tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen".

Menggunakan rumus:

$$F = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (N - K - 1)}$$

Keterangan:

F = F hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan F table.

R^2 = Korelasi parsial yang ditemukan.

N = Jumlah sampel.

K = Jumlah Variabel bebas.

Dasar pengambilan keputusan pengujian:

Jika F hitung $>$ F table maka H_a diterima dan H_0 di tolak.

Jika F hitung $<$ F table maka H_a ditolak dan H_0 di terima.

4. Koefisien Determinasi R^2

Menurut Sugiyono (2010 : 184) “Koefisien Determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh variabel-variabel dependen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen yang sangat terbatas”. Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau presentase total dalam variabel dependen yang diterangkan oleh variabel independen secara bersama-sama, dan besarnya berpengaruh yang disebabkan oleh variabel lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

K : Koefisien Determinasi

R^2 : Koefisien Korelasi

H. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik adalah pernyataan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang keadaannya masih sementara atau lemah kebenarannya. Jika menguji hipotesis penelitian dengan perhitungan statistik, maka rumusan hipotesis tersebut perlu diubah kedalam rumusan hipotesis penelitian hanya dituliskan salah satu saja yaitu hipotesis alternatif (H_a) atau hipotesis nol (H_0) berarti menolak H_a , begitu juga sebaliknya. Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

Pengujian pengaruh Kualitas Produk (X_1) dengan Loyalitas Pelanggan (Y)

$H_0 : \beta_1 \leq 0$ = Kualitas Produk X_1 Tidak terdapat pengaruh dengan Loyalitas Pelanggan Y .

$H_a : \beta_1 > 0$ = Kualitas Produk X_1 Terdapat pengaruh dengan Loyalitas Pelanggan Y .

Pengujian pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) dengan Loyalitas Pelanggan (Y)

Ho : $\beta_2 \leq 0$ = Kualitas Pelayanan X_2 Tidak terdapat pengaruh dengan Loyalitas Pelanggan Y.

Ha : $\beta_2 > 0$ = Kualitas Pelayanan X_2 Terdapat pengaruh dengan Loyalitas Pelanggan Y.

Pengujian pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) secara simultan dengan Loyalitas Pelanggan (Y)

Ho : $\beta_1, \beta_2 \leq 0$ = Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan X_2 Tidak terdapat pengaruh secara simultan dengan Loyalitas Pelanggan Y.

Ha : $\beta_1, \beta_2 > 0$ = Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan X_2 Terdapat pengaruh secara simultan dengan Loyalitas Pelanggan Y.