

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian lapangan (*field research*) merupakan jenis penelitian yang dilakukan, yaitu penelitiannya dilaksanakan pada lokasi terjadinya fenomena atau gejala. Sedangkan penelitian lapangan memiliki keterkaitan dengan obyek penelitian dalam mencari informasi yang diinginkan.<sup>1</sup> Informasi yang menjadi fokus pengamatan pada penelitian ini yaitu pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas konsumen di PT. Sumber Jaya Tangguh.

Pendekatan yang diterapkan di penelitian ini yaitu kuantitatif. Dimana pendekatan kuantitatif cara kerjanya dibantu dengan numerisasi, dan data yang di dapatkan berupa bilangan (nilai atau skor dan peringkat atau frekuensi) dan dilanjutkan dengan menganalisisnya memanfaatkan statistik dalam menjawab hipotesis yang bersifat spesifik yang digunakan dalam memberikan prediksi bahwa adanya pengaruh antar variabel dengan syarat utama yaitu representatifnya sampel yang diambil.<sup>2</sup>

### B. Setting Penelitian

#### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang diambil oleh peneliti adalah di PT. Sumber Jaya Tangguh yang beralamat di Jl. Lingkar Timur Mejobo RT01/RW01, Klitak, Mejobo, Kec. Kota Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59381.

#### 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 01 Januari 2022 – Selesai.

---

<sup>1</sup> Hadari Nawawi and Mini Martini, *Penelitian Terapan* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2005), 23.

<sup>2</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu Press, 2015), 15.

## C. Populasi serta Sampel

### 1. Populasi

Populasi dimaknai dengan semua komponen berupa subjek dan objeknya yang berkualitas dan berciri khusus yang sudah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dilanjutkan dengan disimpulkan.<sup>3</sup> Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen PT. Sumber Jaya Tangguh yang jumlahnya tidak diketahui.

### 2. Sampel

Menurut Sugiyono sampel penelitian adalah faktor dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>4</sup> Bila populasi besar, dan peneliti tidak memungkinkan mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus bentuk-bentuk representatif (mewakili).

Sampel pada penelitian ini ialah konsumen PT. Sumber Jaya Tangguh yang mana hal ini menandakan tidak terukurnya populasi. Sehingga untuk menghitung jumlah sampel minimum yang dibutuhkan menggunakan formula *Lemeshow* untuk populasi yang tidak diketahui (Snedecor dan Chocran 2015:75).

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2} = 97$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96 p = maksimal estimasi = 0,5

d = *alpha* (0.10) atau *sampling error* = 10%

jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang di dapatkan adalah 96,04, sehingga pada penelitian ini setidaknya peneliti harus

<sup>3</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 16.

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2020), 137.

mengambil data dari sampel sekurang – kurangnya sejumlah 100 orang.

#### **D. Identifikasi Variabel**

Variabel yang berbeda dalam penelitian ini dapat dikategorikan sebagai berikut:

##### **1. Variabel Independen**

Variabel independen memiliki persamaan kata dengan variabel independen, yaitu variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel dependen. Variabel independen pada penelitian yaitu:

- a. Kualitas produk (X1)
- b. Kualitas Pelayanan(X2)
- c. Harga(X3)

##### **2. Variabel Dependen**

Variabel dependen atau dependen diartikan dengan variabel yang di pengaruhi dan menjadi akibat dari adanya variabel independen.<sup>5</sup> Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen (Y)

#### **E. Variabel Operasional**

Definisi operasional adalah aktivitas dalam menentukan *construct* sampai kepada variabel menjadi sesuatu yang bisa diukur. Definisi operasional memberikan penjelasan mengenai cara khusus yang dilakukan oleh peneliti dalam menjalankan *construct*, sehingga peneliti lain memungkinkan dalam meniru teknik pengukuran atau mengembangkan teknik pengukuran yang lebih efisien dan efektif.<sup>6</sup> Dalam penelitian ini, definisi operasional adalah:

---

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2004), 213.

<sup>6</sup> Nur Indriantoro and Bambang Supomo, *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen* (Yogyakarta: BPF, 1999), 210.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Kualitas Produk (X1)	Karakteristik produk yang bertanggung pada kemampuannya guna untuk memuaskan suatu kebutuhan konsumen yang telah dinyatakan atau di implementasikan oleh konsumen. <sup>7</sup>	1. Kinerja 2. Keistimewaan 3. Kepercayaan dan waktu 4. Mudah dirawat dan diperbaiki 5. Sifat khas 6. Penampilan dan Citra etis	<i>Likert</i>
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. <sup>8</sup>	1. Kehandalan 2. Daya tanggap 3. Jaminan dan kepastian 4. Empati 5. Bukti fisik	<i>Likert</i>
3.	Harga (X3)	Jumlah seluruh <i>value</i> yang ditagihkan kepada pelanggan guna mendapatkan sebuah utilitas dari produk atau jasa. <sup>9</sup>	1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	<i>Likert</i>
4.	Loyalitas konsumen (Y)	Sebuah perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian yang dilakukan secara	1. Melakukan pembelian ulang 2. Melakukan pembelian diluar	<i>Likert</i>

<sup>7</sup> Mashariono, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Vario 125."

<sup>8</sup> Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, 12.

<sup>9</sup> Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 1*, 123.

	berulang-ulang oleh pelanggan pada suatu barang atau jasa yang dipilihnya sehingga menyebabkan penolakan atas produk ataupun jasa lain dan didasarkan pada unit pengambilan keputusan.	3. Merekomendasikan produk 4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing	
--	--	--	--

**F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang dijalankan dalam kodifikasi data penelitian yaitu menggunakan berbagai cara, antara lain:

**1. Dokumentasi**

Melalui teknik ini data berbentuk dokumen bisa dikodifikasi dimana dokumen ini meliputi cinderamata, jurnal kegiatan, hasil rapat, arsip foto, catatan harian, dan surat resmi dan tidak resmi lainnya. Selain dokumentasi juga meliputi data website, flasdisk, server, dokumen swasta atau pemerintahan, klipping, catatan harian, surat pribadi, otobiografi dan lain sebagainya. Data yang tersaji dalam penelitian ini tidak terbatas pada waktu dan ruang sehingga bisa digunakan dalam mencari informasi yang terjadi dimasa lalu.<sup>10</sup>

**2. Angket/ Kuesioner**

Menurut S. Nasution, kuesioner atau yang sering disebut dengan angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan untuk diisi dan dikembalikan atau dijawab dibawah pengawasan peneliti.<sup>11</sup> Pemeriksa setuju bahwa responden akan mengidentifikasi serta mengukur pada skala Likert. Ini adalah ukuran yang didasarkan pada perhitungan jawaban mengenai perilaku responden. Indeks variabel yang diukur dengan distribusi skor adalah:

<sup>10</sup> H Boedi Abdullah, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*, (Jawa Barat: Pustaka Setia, 2014) 41.

<sup>11</sup> S Nasution, *Metode Research* (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), 38.

**Tabel 3. 2 Tanggapan Responden**

Simbol	Tanggapan Responden	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui kebasahan suatu alat ukur yang bisa berbentuk kuesioner. Kevalidan kuesioner diketahui melalui kemampuannya dalam mengungkapkan obyek yang diukurinya. Penujiannya signifikansi suatu alat ukur dijalankan dengan melakukan perbandingan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* =  $n-2$ . Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka bisa dikatakan bahwa variabel ini valid.<sup>12</sup> Kevalidan butir pertanyaan bisa diketahui melalui beberapa cara diantaranya yaitu:<sup>13</sup>

- Koefisien korelasi product moment lebih dari 0,3
- Koefisien korelasi product moment  $> r_{tabel} (\alpha ; n-2)$   $n =$  jumlah sampel
- Nilai Sig.  $\leq \alpha$

Validitas konstruksi dimanfaatkan dalam penelitian ini. Dimana penguaraian lokasi penelitian sangat dibutuhkan sebelum dilakukan riset, penguraian ini dibutuhkan untuk melihat konstruksi atau kerangka yang ada dalam lokasi dan konstruksi ini harus valid.

### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah cara untuk mengetahui ukuran kuesioner sebagai indikator dari konstruk atau variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan memiliki konsistensi atau kestabilan dari waktu ke waktu. Uji

<sup>12</sup> Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner, Dan Proses Analisis Data Perilaku Organisasional* (Jakarta: Buku Seru, 2013), 99.

<sup>13</sup> Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 76.

reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ .<sup>14</sup>

### 3. Uji Prasyarat

Uji prasyarat perlu dilakukan agar penggunaan rumus tidak menyimpang dari ketentuan yang berlaku.

#### a. Uji Multikolinearitas

Melalui Uji multikolinieritas korelasi yang terjadi antar variabel independen dapat diketahui. Tidak adanya korelasi antar variabel independen mengartikan bahwa ini dikategorikan model regresi yang baik. Jika korelasi terjadi antar variabel independen maka terbentuklah variabel ortogonal. Dimana variabel ortogonal sendiri merupakan nilai 0 yang terjadi antar variabel independen. Multikolinieritas juga diketahui melalui nilai Tolerance dan VIF atau "*Variance Inflation Factor*". Jika ada variabel independen yang dijelaskan dengan variabel independen lainnya maka akan dapat diketahui melalui dua ukuran ini. Jadi nilai *Tolerance*  $< 0,10$  atau sama dengan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)  $> 10$ .<sup>15</sup>

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tidak berubah, ini menunjukkan Homoskedastisitas namun, jika ada perbedaan, maka dinamakan dengan Heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas ini bisa terdeteksi dengan memperhatikan grafik *scatterplot*. Jika tidak terjadi heteroskedastisitas maka model regresi disebut baik. Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

---

<sup>14</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 157.

<sup>15</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS*, 182.

1. Jika terdapat titik yang membentuk pola menyempit, melebar dan bergelombang, maka ini mengindikasikan adanya heteroskedastisitas.
  2. Jika tidak terdapat pola yang jelas, kemudian titik titiknya menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka heteroskedastisitas tidak terjadi.<sup>16</sup>
- c. Uji Autokorelasi

Untuk mengetahui korelasi kesalahan yang terjadi pada  $t$  dengan  $t-1$  maka dibutuhkan uji autokorelasi. Autokorelasi akan terjadi jika kedua keadaan ini memiliki korelasi. Dan ini terjadi karena observasi dilakukan secara berurutan sepanjang waktu.

Jika tidak terjadi autokorelasi, maka ini merupakan model regresi yang baik. Untuk mengetahuinya perlu dilakukan uji durbin-watson (*DW test*) dengan menggunakan batas bawah ( $d_l$ ) dan batas atas ( $d_u$ ).

Uji durbin-watson hanya dilakukan pada autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan syarat yang harus dipenuhi yaitu *intercept* pada model regresi, dan tidak terdapatnya variabel lain di antara variabel independen.

Beberapa kriteria yang di gunakan dalam Uji Durbin Watson yaitu:

1. Jika nilai DW berada diantara batas atas ( $d_u$ ) dan ( $4-d_u$ ), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
2. Jika nilai DW lebih rendah daripada batas bawah ( $d_l$ ), maka koefisiensi autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif.
3. Jika nilai DW lebih besar daripada ( $4-d_l$ ), maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
4. Bila nilai DW terletak diantara batas atas ( $d_u$ ) dan batas bawah ( $d_l$ ) atau DW terletak antara ( $4-d_u$ ) dan ( $4-d_l$ ), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

---

<sup>16</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS*, 183.



d. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui kenormalan dalam distribusi pada suatu model regresi. Jika normal atau mendekatinya maka model ini merupakan model yang baik. Sedangkan untuk mengetahuinya, maka perlu dilakukan cara berikut:<sup>17</sup>

1. Memperhatikan histogram yang menunjukkan perbandingan data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.
2. Melihat normal *probability plot* yaitu perbandingan antara distribusi kumulatif data sebenarnya dengan yang berasal dari distribusi normal. Jika garis data sebenarnya mengikuti garis diagonal, maka dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

## H. Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan ini ialah persamaan yang mendeskripsikan hubungan dan jenis variabel independen dan dependen yang tujuannya ialah melakukan prediksi nilai variabel independen ketika nilai variabelnya diketahui. Dan Demi memahami arah hubungannya.

Maka regresi linier berganda dinyatakan pada perbandingan matematika seperti berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Yang mana :

Y = variabel dependen (loyalitas konsumen)

a = konstanta, yaitu apabila skor Y bila  $X_1, X_2, X_3 = 0$

$b_1, b_2, b_3$  = nilai koefisien regresi, yaitu skor peningkatan atau penurunan variabel yang didasarkan variabel  $X_1, X_2, X_3$ .

$X_1$  = variabel independen (kualitas produk)

$X_2$  = variabel independen (kualitas pelayanan)

$X_3$  = variabel independen (harga)<sup>18</sup>

<sup>17</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS*. 186

<sup>18</sup> I Made Yuliara, *Modul Regresi Linier Berganda* (Bali: Universitas Udayana, 2016). 103.

## 2. Tes Statistik T

Dipakai untuk mengetahui secara parsial kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengetes apakah koefisien regresi masing-masing variabel independen berefek signifikan terhadap variabel dependen. Format tesnya adalah:

- a.  $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$  artinya tidak ada efek yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- b.  $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 \neq 0$  artinya terdapat efek yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Gunakan tahap kepercayaan 95% serta bandingkan dengan t hitungan:

- a. Apabila skor t hitung  $<$  t tabel maka  $H_0$  ditolak, maka tidak terdapat efek yang signifikan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Apabila t hitung  $>$  t tabel maka  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima, maka terdapat efek yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tes signifikansi serta parameter individual dilakukan dengan tes t statistik. Kesimpulan diambil dengan mempertimbangkan arti ( $\alpha$ ) dalam kondisi berikut:

$\alpha > 5\%$  = tidak mampu menolak  $H_0$

$\alpha < 5\%$  = menolak  $H_0$

kondisi ini menunjukkan bahwa variabel independen secara parsial dapat menerangkan perubahan variabel dependen, yaitu tipe analisis yang dipakai sesuai dengan hipotesis.<sup>19</sup>

## 3. Tes Statistik F

Dipakai untuk mengetahui kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan tes koefisien regresi untuk setiap variabel independen untuk mengetahui apakah berefek signifikan terhadap variabel dependen. Bentuk tesnya adalah:

- a.  $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$  artinya tidak ada efek yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

---

<sup>19</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS*, 210.

- b.  $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 < \neq 0$  artinya terdapat efek yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Dengan menggunakan tahap keyakinan sebesar 95% selanjutnya bandingkan dengan t hitung:

- a. Apabila skor F hitung  $< F$  tabel maka  $H_0$  ditolak, maka tidak terdapat efek yang signifikan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Apabila F hitung  $> F$  tabel maka  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima, maka terdapat efek yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Kondisi ini menunjukkan bahwa variabel independen secara bersamaan dapat menjelaskan perubahan variabel dependen. Artinya, menunjukkan bahwa tipe analisis yang dipakai sesuai dengan hipotesis.<sup>20</sup>

#### 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Skor koefisien determinasi dipakai buat mengukur kontribusi variabel independen yang diteliti terhadap perubahan variabel dependen. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya mengukur kemahiran tipe untuk memperhitungkan perubahan variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki skor antara 0 serta 1. Skor  $R^2$  yang kecil berarti kemahiran variabel dalam menerangkan perubahan variabel dependen sangat terbatas. Skor yang mendekati 1 berarti variabel independen memiliki hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi perubahan variabel dependen.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS*, 212.

<sup>21</sup> Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS*, 178.