

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian ini dikenal sebagai penelitian lapangan karena dilakukan di daerah di mana fenomena yang sedang dipelajari terjadi.¹ Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengklarifikasi masalah, memberikan solusi, dan memberikan alternatif tergantung pada data yang digunakan. Dalam penelitian ini mengkaji dampak *perceived value* dan *service quality* terhadap loyalitas pelanggan dengan menggunakan kepuasan pelanggan sebagai mediator di KSU Padurenan Jaya Kudus. Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode kuantitatif. Strategi ini dapat dianggap sebagai metodologi penelitian yang berfokus pada data berupa skoring atau data numerik.²

B. Populasi dan Sampel

Populasi yaitu area yang didefinisikan secara luas, yang terdiri dari hal-hal atau individu dengan jumlah atau kuantitas yang telah ditentukan sebelumnya dan serangkaian karakteristik yang memungkinkan peneliti untuk memeriksanya dan membuat kesimpulan.³ Partisipan dalam penelitian ini adalah pelanggan KSU Padurenan Jaya Kudus.

Sugiyono⁴ mengklaim bahwa sampel mencerminkan ukuran dan susunan populasi. Seringkali tidak mungkin untuk meneliti populasi yang lengkap, jadi pengambilan sampel digunakan untuk membuat sampel acak yang mewakili komunitas. Penelitian ini menggunakan pelanggan di KSU Padurenan Jaya sebagai sampel, sehingga dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling* sebagai metode pengambilan sampel. *Purposive sampling* yaitu

¹ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Andi Office, 2011), 40.

² Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2005), 15.

³ Sugiono, *Statistika...*, 55.

⁴ Sugiono, *Statistika...*, 56.

teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel.⁵

C. Identifikasi Variabel

Adapun variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel independen (bebas) adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (variabel terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu *perceived value* (X_1) dan *service quality* (X_2).
2. Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan (Y).
3. Variabel mediasi (intervening) adalah variabel yang memengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel independen dan variabel dependen disebut juga sebagai variabel penyela/antara sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.⁶ Dalam penelitian ini variabel mediasinya yaitu kepuasan pelanggan (M).

D. Variabel Operasional

Variabel penelitian ini terdiri dari empat variabel yaitu *perceived value*, *service quality*, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan.

Tabel 3. 1 Variabel Operasional

| Variabel | Definisi Operasional | Indikator | Skala |
|------------------------|---|----------------------------------|--------|
| <i>Perceived Value</i> | <i>Perceived value</i> atau nilai yang dirasakan menjelaskan bagaimana pelanggan mengevaluasi kegunaan keseluruhan produk berdasarkan manfaat | <i>Emosional value</i> | Likert |
| | | <i>Social value</i> | |
| | | <i>Quality/performance value</i> | |
| | | <i>Price/value of money</i> | |

⁵<https://teorionline.wordpress.com/tag/sampel-populasi-penelitian-teknik-sampling/> diakses pada 21 Mei 2023.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 98.

| | | | |
|------------------------|---|--|--------|
| | yang mereka yakini telah mereka terima untuk harga yang mereka bayarkan. | | |
| <i>Service Quality</i> | <i>Service quality</i> adalah perbedaan antara kenyataan dan apa yang pelanggan terima atau harapkan dari layanan yang mereka terima. | <i>Responsiveness</i> (Ketanggapan) | Likert |
| | | <i>Assurance</i> (Jaminan dan Kepastian) | |
| | | <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) | |
| | | <i>Empathy</i> (Empati) | |
| | | <i>Reliability</i> (Keandalan) | |
| Loyalitas Pelanggan | Loyalitas adalah komitmen atau janji untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa yang disukai di masa mendatang, terlepas dari situasi, inisiatif pemasaran, atau upaya konversi. | Mengulangi (<i>Repeat</i>) | Likert |
| | | Mengingat (<i>Retention</i>) | |
| | | Menginformasikan (<i>Referral</i>) | |
| Kepuasan Pelanggan | Kepuasan adalah membandingkan persepsi/kesan pelanggan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan pelanggan, apakah pelanggan akan merasa puas atau kecewa. | Kesesuaian harapan | Likert |
| | | Minat berkunjung kembali | |
| | | Kesediaan merekomendasikan | |

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas dilakukan untuk menilai keandalan atau kevalidan survei. Jika pertanyaan survei menunjukkan sesuatu yang akan diukur, survei tersebut dikatakan sah. Dengan membandingkan nilai r -hitung dengan r -tabel dengan derajat kebebasan $(df) = n-2$, dimana n adalah sampel percobaan dan k adalah rumusnya. Jika r hitung melebihi r tabel dan nilai r positif, pernyataan dianggap valid.⁷

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Masalah keyakinan terhadap alat uji (instrumen) berkaitan dengan uji reliabilitas. Ketika temuan tes konsisten, instrumen dapat digunakan dengan tingkat kepercayaan yang tinggi. Sebagai aturan umum, alfa Cronbach setidaknya harus 0,60.

F. Teknik Pengumpulan Data

Langkah ini paling strategis dan krusial dalam proses pengumpulan data karena mendapatkan data yang memenuhi kriteria yang akan diteliti merupakan tujuan utama penelitian. Ada dua jenis data yang dikumpulkan: data primer dan data sekunder. Survey atau penyebaran kuesioner pelanggan didistribusikan sebagai metode utama pengumpulan data di KSU Padurenan Jaya. Respon terhadap kuesioner yang dibagikan kepada responden digunakan untuk mengumpulkan data. Data penelitian langsung diberikan oleh responden melalui kuesioner. Pernyataan dalam kuesioner ini dibuat dengan menggunakan indikator masing-masing variabel penelitian.

Skala Likert digunakan untuk menilai tanggapan terhadap kuesioner. Responden diminta untuk menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka dengan pernyataan yang dinyatakan tentang subjek penelitian.⁸ Penilaian lima kategori dengan 5 poin untuk mengambil nilai atau skor. Kategori tersebut yaitu:

⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: UNDIP Press, 2011), 116.

⁸ N.K. Maholtra, *Riset Pemasaran*, Edisi Keempat, Jilid 1, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), 298.

Tabel 3. 2 Skala Likert

| No | Jenis Jawaban | Bobot |
|----|---------------------------|-------|
| 1 | Sangat Setuju (SS) | 5 |
| 2 | Setuju (S) | 4 |
| 3 | Netral (N) | 3 |
| 4 | Tidak Setuju (ST) | 2 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

Metode pengumpulan data sekunder merupakan salah satu dari metode pengambilan data. Data yang dikumpulkan untuk tujuan selain pemecahan masalah disebut sebagai data sekunder. Informasi ini dapat diakses dengan mudah dan terjangkau. Informasi untuk penelitian ini dikumpulkan dari literatur, publikasi penelitian sebelumnya, majalah, dan data dokumen.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam model regresi memiliki distribusi data yang normal.⁹ Jika distribusi datanya normal atau mendekati normal, model regresi dianggap baik. Uji normalitas dilakukan dengan membandingkan distribusi kumulatif data aktual dengan distribusi kumulatif distribusi normal menggunakan *normal probability plot*. Jika garis diagonal tersebut diikuti oleh garis yang mewakili data sebenarnya, maka data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji ini untuk mengetahui apakah residual dari satu penelitian berbeda dengan residual yang lain dalam model regresi. Uji ini direpresentasikan sebagai plot grafik antara nilai prediksi dari variabel dependen (ZPRED) dan residual (SRESID).¹⁰

Jika grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik terdistribusi secara acak tanpa pola yang terlihat di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka dapat diasumsikan bahwa model regresi tidak

⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, 74.

¹⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, 105.

heteroskedastisitas. Dimungkinkan untuk menggunakan model regresi untuk meramalkan bagaimana variabel independen dan dependen akan berinteraksi.

c. Uji Multikolinearitas

Uji ini akan menentukan apakah variabel bebas model regresi berkorelasi. Dalam model regresi yang bisa diterapkan, seharusnya tidak ada korelasi (hubungan) antara variabel independen. Jika terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi, dapat diketahui dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF).

Uji multikolinearitas dinyatakan lolos dengan nilai output SPSS yang memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.

d. Uji Autokorelasi

Uji ini dilakukan guna melihat apakah terdapat variabel pengganggu pada masing-masing variabel independen dalam model regresi yang saling berinteraksi. Metode Durbin Watson dapat diterapkan dengan pedoman berikut untuk menentukan apakah model regresi memperlihatkan autokorelasi:

Tabel 3. 3 Kaidah Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

| Hiptesis Nol | Keputusan | Syarat |
|--|---------------------|--------------------|
| Tidak ada autokorelasi positif | Tolak | $0 < dw < dL$ |
| Tidak ada autokorelasi positif | Tidak ada keputusan | $dL < dw < du$ |
| Tidak ada autokorelasi negative | Tolak | $4-dL < dw < 4$ |
| Tidak ada autokorelasi negative | Tidak ada keputusan | $4-du < dw < 4-Dl$ |
| Tidak ada autokorelasi positif /negative | Terima | $du < dw < 4-du$ |

Penelitian dikatakan lulus uji autokorelasi jika tidak memiliki autokorelasi positif atau negatif. Dengan menggunakan pedoman nilai output SPSS, kolom Durbin-Watson berada di antara *degree of upper* (du) dan

dibawah 4-du dengan nilai tabel durbin watson $n =$ jumlah sampel dan $k =$ jumlah variabel bebas.

2. Uji Statistik

a. Analisis Deskriptif

Menemukan dan menjelaskan ciri-ciri variabel yang diteliti dalam konteks adalah tujuan dari analisis ini. Menurut Ghozali,¹¹ analisis deskriptif mengubah data penelitian menjadi tabel data responden yang dikumpulkan dari survei. Baik analisis deskriptif responden maupun analisis deskriptif variabel penelitian membentuk analisis deskriptif penelitian. Ketika digunakan sebagai metode analisis deskriptif, statistik deskriptif memberikan perincian tentang sekumpulan data, seperti frekuensi, rata-rata, minimum, maksimum, dan standar deviasi.

b. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini merupakan metode analisis statistik yang menentukan regresi menggunakan koefisien parameter dan dapat diinterpretasikan secara tepat dan efisien.¹² Rumus regresi berganda untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan bentuk persamaan:

$$Y_1 = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

α = Intercept persamaan regresi

b_1 = Koefisien regresi variabel independen X_1

b_2 = Koefisien regresi variabel independen X_2

X_1 = *Perceived value*

X_2 = *Service quality*

e = koefisien error

c. Uji t Parsial

Untuk menguji secara parsial kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, digunakan uji koefisien regresi masing-masing variabel independen untuk mengetahui apakah variabel dependen berpengaruh signifikan.¹³

¹¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, 36.

¹² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, 36.

¹³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, 74.

Dalam pengambilan keputusan uji-t parsial, variabel independen memiliki pengaruh parsial terhadap variabel dependen jika nilai output SPSS pada kolom *coefficient* menunjukkan nilai yang lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Ketentuan yang diperlukan adalah t_{tabel} dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$. n adalah jumlah sampel, k adalah jumlah variabel bebas, dan nilai $\alpha = 0,05$.

d. Uji F Simultan

Untuk menguji kontribusi variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, digunakan uji koefisien regresi masing-masing variabel independen untuk mengetahui apakah variabel dependen berpengaruh signifikan.¹⁴

Pengambilan keputusan Uji-F simultan, variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen jika nilai output SPSS kolom *coefficient* F_{hitung} menunjukkan nilai yang lebih besar dari F_{tabel} pada penilaian uji F simultan ($F_{hitung} > F_{tabel}$). Syarat yang diperlukan adalah F_{tabel} dk pembilang = jumlah variabel bebas, dk penyebut = jumlah sampel, dan nilai $\alpha = 0,05$.

e. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa baik model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien antara 0 sampai 1 dan ditunjukkan dengan nilai *adjusted R*².¹⁵

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat seberapa baik sampel menggunakan data. R^2 mengukur jumlah reduksi variabel dependen yang diperoleh dari pengguna variabel independen. Nilai R^2 adalah antara 0 dan 1, dan kisaran tinggi R^2 adalah antara 0,7 dan 1.

R^2 yang digunakan adalah nilai *adjusted R square* yang merupakan R^2 yang telah disesuaikan. *Adjusted R square* adalah indikator pengaruh penambahan waktu ke variabel bebas kedalam persamaan. Untuk mengetahui uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat dari nilai *adjusted*

¹⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, 74.

¹⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, 74.

R square SPSS. Jika nilai $R^2 = 1$, maka *adjusted R squared* = 1. Jika $R^2 = 0$, maka *adjusted R squared* = $(1-k)/(n-k)$. Untuk $k > 1$, *adjusted R squared* adalah negatif.¹⁶

f. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur adalah metode untuk menguji hubungan sebab akibat yang muncul dalam regresi berganda ketika variabel independen mempengaruhi variabel dependen baik secara langsung maupun tidak langsung, menurut Robert D. Retherford dari Sarwono¹⁷. Analisis jalur dapat digambarkan sebagai perluasan dari analisis regresi berganda. Untuk menentukan apakah variabel independen memiliki dampak langsung terhadap variabel dependen, analisis regresi sering digunakan. Analisis jalur melihat efek langsung dan tidak langsung pada variabel dependen, serta efek tidak langsung yang mungkin dimiliki variabel independen melalui variabel mediasi terhadap variabel dependen.

Dalam analisis jalur, nilai yang dipakai adalah nilai yang terletak pada beta yang membentuk persamaan:

$$\text{Persamaan I: } Y = \alpha_1 + cX$$

$$\text{Persamaan II: } M = \alpha_2 + aX$$

$$\text{Persamaan III: } Y = \alpha_3 + c'X + bM$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

M = Kepuasan Pelanggan

X = Variabel Independen ($X_1 = \textit{Perceived value}$ dan $X_2 = \textit{Service quality}$)

α = Nilai koefisien konstanta regresi

a = Koefisien regresi X terhadap M

b = Koefisien regresi M terhadap Y

c = Koefisien regresi X terhadap Y

c' = Nilai koefisien regresi X terhadap Y dengan mengontrol M

Variabel M disebut sebagai mediator jika terpenuhi kriteria berikut:

- 1) Persamaan I, X secara signifikan memengaruhi Y (atau $c \neq 0$)

¹⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, 83.

¹⁷ Jonathan Sarwono, "Menenal Path Analysis: Sejarah, Pengertian, dan Aplikasi", *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, vVol 11, No. 2 (2011).

- 2) Persamaan II, X secara signifikan memengaruhi M (atau $a \neq 0$)
- 3) Persamaan III, M secara signifikan memengaruhi Y (atau $b \neq 0$).

Jika pengaruh X ke Y menurun menjadi nol setelah memasukkan M ke persamaan regresi (atau c' tidak signifikan), maka terjadi mediasi sempurna (*perfect mediation*). Namun, jika efek variabel independen ke dependen menurun namun tidak sama dengan nol dengan memasukkan mediator (atau c' signifikan), maka terjadi mediasi parsial.

