

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan sasaran penelitiannya masyarakat, baik masyarakat secara umum, seperti pegawai negeri sipil, siswa atau mahasiswa, petani, pedagang, dan sebagainya maupun masyarakat secara khusus, yaitu hanya salah satu kelompok masyarakat yang menjadi sasaran penelitiannya.¹Tujuan penelitian studi kasus atau lapangan adalah mempelajari secara intensif latar belakang, status terakhir, dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan sosial seperti individu, kelompok, lembaga, atau komunitas.² Lokasi penelitian ini adalah Toko Busana Ilham Komplek Menara Kudus.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³ Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini berdasarkan jenis data yang dikumpulkan yaitu merupakan data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka-angka. Pada data jenis ini, sifat informasi yang dikandung oleh data berupa informasi angka-angka.⁴

B. Jenis dan Sumber data

Jenis data dalam penelitian kuantitatif meliputi data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli tanpa perantara. Sumber data primer yang penulis himpun selama penelitian diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada

¹ Toto Syatori dan Nanang Ghazali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Pustaka Setia, Bandung, 2012, hal. 55.

² Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1997, hal. 8.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2008, hal. 13.

⁴ Purbayu dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2005, hal. 2.

konsumen Toko Busana Ilham Komplek Menara Kudus, yang berisi tentang pertanyaan mengenai pengaruh kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Ilham Komplek Menara Kudus.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah :

1. Metode Angket

Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner didesain dengan pertanyaan terbuka yaitu yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan responden. Dalam metode angket didesain dengan menggunakan pada skala likert (*likert scale*), di mana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1).

2. Metode Observasi

Dalam penelitian ini jenis observasi yang dilakukan peneliti adalah observasi terus terang atau tersamar. Dalam hal ini peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan. Kemungkinan kalau dilakukan dengan terus terang, maka peneliti tidak akan diijinkan untuk melakukan observasi. Kegiatan observasi yang dilakukan peneliti meliputi pengamatan langsung oleh peneliti dilokasi penelitian yaitu mengamati kondisi fisik Toko Busana Ilham Komplek Menara Kudus.

3. Metode Dokumentasi

Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan, kebijakan.

Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁵

Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kuantitatif.⁶ Metode dokumentasi diambil dari data yang ada pada Toko Busana Ilham Komplek Menara Kudus meliputi struktur organisasi, proses produksi, flowcart, produk perusahaan, dan sejarah perusahaan dan lain sebagainya.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas, suatu obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁷ Populasi (*universe*) merupakan totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu yang diteliti sebagai bahan penelitian. Sedangkan sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel.⁸ Adapun populasi penelitian ini adalah keseluruhan konsumen Toko Busana Ilham Komplek Menara Kudus. Penentuan besarnya sampel dapat ditentukan sebagai berikut:⁹

$$n = \frac{Z^2}{4 + e^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

⁵ Sugiyono, *Op. Cit*, hal. 82.

⁶ *Ibid*, hal. 422.

⁷ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, 2005, hal. 55.

⁸ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, BPFE Universitas Diponegoro, Semarang, 2006, hal. 223.

⁹ *Ibid*, hal. 227.

Z = Tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, pada $\alpha = 10\%$ (derajat keyakinan ditentukan 90%) maka Z = 1,96

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan 10%.

Bila angka-angka itu dimasukkan dalam rumus maka akan dapat mewakili sampel yang ada. Besarnya sampel adalah:

$$n = \frac{1,96^2}{4 + (0,1)^2} = 96,04 \text{ } 97 \text{ sampel}$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 97 responden. Sampel ini merupakan konsumen Toko Busana Ilham Komplek Menara Kudus.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional digunakan untuk menguji hipotesis dan mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini serta untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman atau perbedaan pandangan dalam mendefinisikan perbedaan variabel yang dianalisis, maka perlu adanya.¹⁰ Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen, kualitas pelayanan serta 1 (satu) variabel terikat yaitu loyalitas konsumen (Y).

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Referensi
Kepuasan Konsumen (X1)	Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan	a. Rasa setia b. Membeli produk	a. Menjadi lebih setia atau menjadi pelanggan yang loyal. a. Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk atau jasa	Tjiptono (2015)

¹⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta, 2010, hal. 161.

	kinerja yang dirasakan dengan harapannya. ¹¹	<ul style="list-style-type: none"> c. Memberi komentar d. Memberikan ide/gagasan e. Biaya pelayanan lebih kecil 	<p>baru dan menyempurnakan produk yang ada.</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Memberi komentar yang menguntungkan tentang produk perusahaan. a. Memberikan gagasan-gagasan atau ide kepada perusahaan. a. Membutuhkan biaya pelayanan yang lebih kecil daripada biaya pelanggan baru, karena transaksi menjadi rutin. 	
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk. ¹²	<ul style="list-style-type: none"> a. Bukti langsung (<i>tangibles</i>) b. Keandalan (<i>reliability</i>) c. Tanggapan (<i>responsiveness</i>) d. Jaminan (<i>assurance</i>) e. Perhatian 	<ul style="list-style-type: none"> a. Toko memiliki suasana yang nyaman, sejuk dan bersih a. Toko memiliki produk yang dicari konsumen a. Pelayanan toko menanggapi pertanyaan konsumen dengan baik a. Konsumen boleh menukarkan produk yang keliru dengan jangka waktu satu 	Putri dan Utomo (2017)

¹¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta, 2015, hal. 10.

¹² Yulia Larasati Putri dan Hardi Utomo, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa)*, Among Makarti Vol.10 No.19, STIE AMA Salatiga, 2017, hal. 4.

		(<i>emphaty</i>)	hari a. Pemilik memberikan perhatian yang lebih kepada konsumen	
Loyalitas Konsumen (Y)	Loyalitas adalah pembentukan sikap dan pola perilaku seorang konsumen terhadap pembelian dan penggunaan produk hasil dari pengalaman mereka sebelumnya. ¹³	a. Menggunakan kembali b. Merekomendasikan c. Komitmen	a. Keinginan untuk menggunakan kembali fasilitas yang ditawarkan perusahaan. a. Kesiediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain. a. Memiliki komitmen untuk terus menggunakan fasilitas yang ditawarkan.	Fikri, dkk (2016)

F. Tahap Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, maka perlu adanya pengolahan data. Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah :

1. *Editing*

Yakni proses yang dilakukan setelah data terkumpul untuk melihat apakah jawaban dari koesioner telah di isi secara lengkap atau belum.

2. *Coding*

Proses pemberian kode tertentu terhadap beraneka macam jawaban dari koesioner untuk dikelompokkan kedalam kategori yang sama.

¹³ Sirhan Fikri, dkk, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang)*, Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 3 No.1, Universitas Merdeka Malang, 2016, hal. 123.

3. *Scoring*

Kegiatan yang berupa pemberian nilai atau harga berupa angka pada jawaban tertentu untuk memperoleh data kuantitatif yang diperlukan dalam pengujian hipotesa. Untuk pengukuran variabel *dependent* dan *independent* dalam penelitian kali ini digunakan 5 point *likert scale*. Untuk lebih jelasnya dapat diterapkan sebagai berikut untuk jawaban yang sangat setuju memperoleh skor 5, untuk jawaban yang setuju memperoleh skor 4, untuk jawaban yang netral memperoleh skor 3, untuk jawaban yang kurang setuju memperoleh skor 2 dan untuk jawaban yang tidak setuju memperoleh skor 1.¹⁴

4. *Tabulating*

Pengelompokan data atas jawaban-jawaban dengan diteliti dan diatur, kemudian dihitung dan dijumlahkan sampai terwujud dalam bentuk table angka, yang telah dikorelasi dan diberi kode (menggolongkan data yang diberi kode) yang berguna untuk mendapatkan hubungan antara variabel.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Sugiyono dan Wibowo dalam Agus menjelaskan, instrumen yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Dalam pemahaman ini, sebuah kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan untuk mengukur suatu hal, dikatakan valid jika setiap butir pertanyaan yang menyusun kuesioner tersebut memiliki keterkaitan yang tinggi.¹⁵

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrument pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Validitas kuesioner adalah sejauh mana kuesioner ini mampu mengukur kepuasan pelanggan. Untuk melakukan uji validitas, metode yang kita lakukan adalah dengan mengukur korelasi antara butir-butir pertanyaan dengan skor pertanyaan secara keseluruhan. Tahap-tahap yang harus dilakukan untuk melakukan pengujian validitas adalah :

- a. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur. Jadi untuk menguji validitas suatu konsep, tahap awal

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Op. Cit.*, hal. 133.

¹⁵ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS Untuk Pemula*, Prestasi Pustaka, Jakarta, 2007, hal. 88.

yang harus dilakukan adalah menjabarkan konsep dalam suatu definisi operasional

- b. Melakukan uji coba pada beberapa responden. Uji coba minimal dilakukan terhadap 30 orang.
 - c. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
 - d. Menghitung nilai korelasi antara masing-masing skor butir jawaban dengan skor total dari butir jawaban.
2. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.¹⁶ Pengukuran reliabilitas menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*, bila koefisien $\alpha > 0,60$ maka instrumen dikatakan handal. Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama di lain kesempatan. Setelah kita melakukan pengujian validitas kuesioner, maka kuesioner tersebut kita uji reliabilitasnya. *One shot*. Pada teknik ini pengukuran dilakukan hanya pada satu waktu, kemudian dilakukan perbandingan dengan pertanyaan yang lain atau dengan pengukuran korelasi antar jawaban. Pada SPSS, metode ini dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, di mana suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

H. Deskriptif Statistik

Dalam statistik deskriptif ini, akan dikemukakan cara-cara penyajian data, dengan tabel biasa maupun distribusi frekuensi, grafik garis maupun batang, diagram lingkaran, piktoqram, penjelasan kelompok melalui modus, median, mean dan variasi kelompok melalui rentang dan simpangan baku.¹⁷

I. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data

¹⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*, BP Undip, Semarang, 2005, hal.41.

¹⁷ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian, Op. Cit*, hal. 21.

yang memiliki distribusi normal. Berdasarkan *normal probability plot* jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *Cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.¹⁸

3. Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk menguji suatu model apakah variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi, untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Watson.

Tabel 3.2
Kaidah Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Syarat
Tidak ada autorekolasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autorekolasi positif	Tidak ada keputusan	$d_l < d < d_u$
Tidak ada autorekolasi negatif	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Tidak ada autorekolasi negatif	Tidak ada keputusan	$4 - d_u < d < 4 - d_l$
Tidak ada autorekolasi positif/negatif	Terima	$D_u < d < 4 - d_u$

4. Uji Heterokedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan

¹⁸ Imam Ghozali, *Op. Cit*, hal. 91.

dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).¹⁹

Jika grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

J. Uji Statistik

1. Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi berganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan regresi ganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Dimana :

- y = loyalitas konsumen
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi variabel independen
- x_1 = kepuasan konsumen
- x_2 = kualitas pelayanan
- e = Standar error

2. Uji t Parsial

Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.²⁰ Dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95% kemudian dibandingkan dengan t hitung :

- a. Apabila nilai t hitung < t tabel maka H_0 ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel terikat.
- b. Apabila t hitung > t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

¹⁹ *Ibid*, hal. 105.

²⁰ *Ibid*, hal. 74.

Kondisi ini menunjukkan bahwa variabel bebas secara parsial mampu memberikan penjelasan terhadap variasi pada variabel tergantunya, atau dengan kata lain bahwa model analisis yang digunakan adalah sesuai dengan hipotesis.

3. Uji F

Uji signifikan parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Hasil uji signifikan dan parameter simultan dilakukan dengan uji statistik F. Adapun langkah pengujian uji F adalah:

a. Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$H_0; b_1 = b_2 = 0$ (proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas tidak signifikan).

H_1 ; minimal satu koefisien dari $b_1 \neq 0$ (proporsi variasi dalam terikat (Y) yang dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas signifikan).

b. Membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} yang tersedia pada tertentu, misalnya 1%; $df = k; n - (k+1)$

c. Mengambil keputusan apakah model regresi linear berganda dapat digunakan atau tidak sebagai model analisis. Dengan menggunakan kriteria berikut ini, jika H_0 ditolak maka model dapat digunakan karena, baik besaran maupun tanda (+/-) koefisien regresi dapat digunakan untuk memprediksi perubahan variabel terikat akibat perubahan variabel bebas. Kriteria pengambilan keputusan mengikuti aturan berikut:

$F_{hitung} < F_{tabel}$; maka H_0 diterima

$F_{hitung} > F_{tabel}$; maka H_0 ditolak

d. kesimpulan juga diambil dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan:

$\alpha > 5$ persen : tidak mampu menolak H_0

$\alpha < 5$ persen : menolak H_0

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel tergantunya. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dalam menjelaskan

variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.²¹



²¹ *Ibid*, hal. 83.