

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field Research*). penelitian lapangan merupakan penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan lapangan.¹ Penelitian ini dilakukan di rumah makan *Kfoodcourt* Kudus.

Sedangkan pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu dengan pengukuran secara objektif terhadap fenomena sosial. Pengukuran fenomenas sosia ini dijabarkan ke dalam komponen atau indikator variabel yang tiap variabel diberi simbol angka yang berbeda sesuai dengan info yang berkait dengan variabel tersebut.² Pendekatan dalam penelitian ini ditekan kan pada analisis data angka yang diperoleh oleh metode statistik yan diolah dengan program SPSS.

B. Setting Penelitian

Setting penelitian adalah tempat di mana peneliti memperoleh informasi. Adapun lokasi dalam penelitian ini adalah *Kfoodcourt* kudus yang berada di jalan Ahmad Yani No 118-119, Getas, Getas Pejaten, kecamatan Jati, kabupaten Kudus sebagai objek penelitian. Dan waktu pelaksanaan penelitian in pada tanggal 18 Februari- 18 Maret 2020. Peneliti menetapkan subjek tersebut dalam penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui pengaruh harga, lokasi dan *word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam kerangka penelitian (terutama sekali penelitian kuantitatif), populasi merupakan salah satu hal yang esensial dan perlu mendapat perhatian dengan saksama apabila peneliti ingin menyimpulkan suat hasil

¹ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, (Yogyakarta : UII Pres, 2005), 34.

² Sony Sumarsono, *Metode Riset Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta : Graja Ilmu, 2004), 67.

yang dapat dipercaya dan tepat guna untuk daerah (area) atau objek penelitiannya³. populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah mengkonsumsi makanan dan minuman di Kfoodcourt Kudus.

2. Sampel

Secara singkat sampel adalah bagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut⁴. Untuk menentukan sampel yang dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* dengan *teknik insidental*, yaitu teknik berdasarkan kebetulan siapa saja yang secara kebetulan/ insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁵

Untuk mengetahui seberapa banyak sampel yang mewakili populasi yang tidak diketahui makan digunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel minimal

Z = area dibawah kurva normal

e = tingkat kesalahan yang mungkin terjadi

Dalam memperkirakan sampel penelitian ini, tingkat kepercayaan yang diinginkan ialah sebesar 95% dan kesalahan yang mungkin terjadi sebesar 0,10. Maka penyelesaiannya ialah sebagai berikut:⁶

diketahui

$$\alpha = 0,05 \text{ maka } Z_{0,05} = 1,96$$

$$e = 0,10$$

³ Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori Dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 145

⁴ Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 150

⁵ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Buku Daros, 2009), hlm 146

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Jakarta: Alfabeta, 2017) 118

jawab:

$$n = \left[\frac{1,96^2}{4(0,10^2)} \right]$$

$$= \frac{3,841}{0,04}$$

$$= 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ sampel}$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden. Sampel ini merupakan konsumen pembeli dari Kfoodcourt Kudus.

D. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sifat atau nilai dari orang, obyek kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan.⁷ Variabel penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel independen

Variabel bebas (variabel independen) adalah variabel yang menjadi penyebab timbulnya variabel dependen (terikat). variabel independen dalam penelitian ini adalah harga (X1), lokasi (X2), dan word of mouth (X3).

2. Variabel dependen

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.⁸ Variabel dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel akan dijelaskan sebagaimana tabel berikut:

Tabel 3.1
Variabel dan indikator penelitian

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala
Harga	Harga adalah sejumlah uangbaik satuan moneter atau	1. Harga terjangkau 2. Harga sesuai dengan kualitas	Skala likert SS (4)

⁷Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Cetakan pertama*, (Kudus: Media ilmu, 2015) 76.

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Jakarta: Alfabeta, 2017) 134

	non mener yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.	<ol style="list-style-type: none"> 3. Daya saing harga 4. Harga sesuai dengan manfaat produksi 5. Dayabeli konsumen 	<p>S(3) TS (2) STS (1)</p>
Lokasi	Lokasi adalah sebagai tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi strategis 2. Kenyamanan lokasi 3. Ketersediaan lahan parkir. 	<p><i>Skala likert</i> SS (4) S (3) TS (2) STS (1)</p>
Word of mouth	Word of mouth adalah komunikasi dari mulut kemulut atau pertukaran informasi atau percakapan dua individu atau lebih. ⁹	<ol style="list-style-type: none"> 1. membicarakan 2. mempromosikan 3. merekomendasikan 4. menjual¹⁰ 	<p><i>Skala likert</i> SS (4) S (3) TS (2) STS (1)</p>
Loyalitas pelanggan	Loyalitas pelanggan adalah sikap konsumen yang setia membeli produk secara konsisten atau secara berulang-ulang dan merekomendasikannya kepada orang lain ¹¹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian ulang secara teratur 2. Pembelian diluar lini produk 3. Merekomendasikan produk 4. Kekebalan daya tarik produk sejenis 	<p><i>Skala likert</i> SS (4) S (3) TS (2) STS (1)</p>

⁹ Bagas Aji Pemungkas, *Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos Jombang*, Jurnal Komunikasi Volume X No 2, 153

¹⁰ Prima, Srikandi dan Andriani, "Pengaruh Citra Merek terhadap Word Of Mouth dan Keputusan Pembelian" *Jurnal Adminisrasi Bisnis (JAB)*, Vol.10, 1 Mei 2014,10

¹¹ Melias Oliviana, Dkk, *Pengaruh Brand Image Dan WOM (Word Of Mouth) Terhadap Loyalitas Konsumen Pada RM. Dahsyat Wanea*, jurnal EMBA Vol.5 No.2 Juni 2017, 1083

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner.¹² Uji ini dilakukan dengan mengitung skor pernyataan dan total skor dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - k$, n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Jika semua item pertanyaan mempunyai nilai R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} maka indikator tersebut dinyatakan valid.¹³

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner bisa disebut reliabel, apabila individu konsisten¹⁴ Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan menghitung *standardized item alpha* pada program SPSS. Hasil uji statistik Cronbach's Alpha > 0,60 dan sebaliknya jika Cronbach's Alpha ditemukan angka koefisien < 0,60 maka dikatakan tidak reliabel.

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mendekati distribusi normal. Data tersebut dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dari residualnya lewat SPSS. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.¹⁵

¹²Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001, hlm. 49.

¹³Sumanto, *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*, (Yogyakarta: CAPS, 2014) hlm. 87-88.

¹⁴Sumanto *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*, (Yogyakarta: CAPS, 2014) hlm. 45-46.

¹⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001, 147-148

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan Keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik plot antara ZPRED dan SRESID di mana sumbu Y yang telah dipeaked, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam suatu model regresi.¹⁶

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Dalam penelitian ini autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Persyaratan yang harus dipenuhi agar tidak terjadi autokorelasi pada model regresi adalah jika d terletak antara $4-d_u$ dan $4-d_u$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.¹⁷

¹⁶Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001, 125-126.

¹⁷Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Jakarta: media kom), 2010, 87.

H. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner (Angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹⁸ Dalam hal ini peneliti memberikan kepada responden dan non responden yaitu konsumen yang sedang membeli makanan maupun minuman dan konsumen luar Kfoodcourt Kudus tentang pengaruh harga, lokasi dan *Word Of Mouth* terhadap loyalitas pelanggan.

Model skala dalam penyusunan angket ini adalah model skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial.¹⁹ Skala sikap berisi suatu pernyataan mengenai objek sikap yang terdiri atas dua macam, yaitu yang pernyataan favorable (mendukung atau memihak pada objek sikap) dan pernyataan tidak favorabel (tidak mendukung objek sikap).

Maka dalam penelitian ini dengan menggunakan empat alternatif jawaban, yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Adapun alternative jawaban dan skor dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat setuju diberi skor 4.
- b. Jawaban setuju diberi skor 3.
- c. Jawaban tidak setuju diberi skor 2.
- d. Jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1.

2. Observasi

Observasi adalah cara dan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada obyek penelitian.²⁰

¹⁸ Sugiyono, metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta), 2017, 135-136.

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta), 2009, 93.

²⁰ Moh. Pambudi Tika, , *Metedologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara), 2006, 59.

Teknik observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung ke obyek penelitian di Kfoodcourt Kudus untuk mengumpulkan data dan melengkapi data yang tidak diperoleh dengan teknik wawancara mengenai konsumen Kfoodcourt Kudus.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dan informasi melalui pencarian dan penemuan bukti-bukti yang berguna sebagai sumber informasi data primer karena mampu menggambarkan peristiwa yang terjadi. Metode dokumentasi diambil dari data yang ada pada Kfoodcourt Kudus dan sekitarnya.

I. Sumber Data

1. Data primer

Data primer adalah data yang pengumpulannya diperoleh secara langsung pada objek penelitian.²¹ Dalam penelitian ini data primer diperoleh secara langsung dari responden dan non responden yaitu konsumen Kfoodcourt Kudus dengan menggunakan instrumen kuesioner.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain. Data sekundernya peneliti peroleh melalui berbagai literatur dan referensi yang berhubungan dengan permasalahan yang peneliti teliti yang digunakan sebagai data pendeukung peneliti yaitu dokumentasi, buku-buku dan jurnal.

J. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis yang dilakukan adalah teknik analisis kuantitatif sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi hubungan arah variabel dependen dengan nilai variabel independen berhubungan secara positif atau negatif. Dalam penelitian ini menggunakan rumus

²¹Sony Sumarsono, *Metode Riset Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu) 2004, 67

persamaan regresi linier berganda dibawah ini untuk menganalisa data.²²

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y = loyalitas pelanggan pada konsumen Kfoodcourt kudus.

X₁ = Harga.

X₂ = Lokasi.

X₃ = Word of mouth.

a = Konstanta.

b₁ = Koefisien regresi antara harga dengan loyalitas pelanggan pada konsumen Kfoodcourt kudus.

b₂ = Koefisien regresi antara lokasi dengan loyalitas pelanggan pada konsumen Kfoodcourt kudus.

b₃ = Koefisien regresi antara *word of mouth* dengan loyalitas pelanggan pada konsumen Kfoodcourt kudus.

E = residual

2. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji T)

Uji-T (parsial) digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X) secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Hal ini dalam hipotesis maka perlu membandingkan antara T_{hitung} dan T_{tabel} dengan ketentuan :

- a. Jika T_{hitung} > T_{tabel} maka H₀ ditolak dan H₁, H₂ dan H₃ diterima atau dapat diartikan bahwa harga, lokasi dan word of mouth secara parsial mempengaruhi loyalitas pelanggan.
- b. Jika T_{hitung} ≤ T_{tabel} maka H₀ diterima dan H₁, H₂ dan H₃ ditolak atau dapat diartikan bahwa harga, lokasi dan word of mouth secara parsial tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan.²³

3. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Analisis determinasi (R²) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R² yang lebih kecil berarti kemampuan

²²Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan Spss*, (Jakarta:PT Buku Seru,2010), 61.

²³Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan Spss*, (Jakarta:PT Buku Seru,2010), 68-69.

variabel independen(harga, lokasi, dan word of mouth) dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Jika nilai mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir membetulkan untuk membuat semakin kuat menerangkan variasi variabel dependen.²⁴



²⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro), 2001,87