

### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitiannya adalah *field research* atau disebut sebagai penelitian empiris yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di kancah (lapangan) kerja penelitian.<sup>44</sup>

Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan yang menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistik.<sup>45</sup>

Untuk menentukan pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan unsur pokok yang harus ditemukan sesuai dengan masalah yang ada, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan menghasilkan karya ilmiah yang berbobot dan sesuai dengan kriteria karya ilmiah, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif.

#### B. Setting Penelitian

##### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan ini dilaksanakan di Yam Yam Resto Jepara yang berlatar di desa Karangkebagusan, Kec. Jepara, Kab. Jepara.

##### 2. Waktu penelitian

Waktu penelitian ini dimulai pada Januari sampai selesai dari tahap prasarvei hingga dilaksanakannya penelitian.

#### C. Jenis dan Sumber Data

##### 1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif.

- a. Data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka<sup>46</sup>. Yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini yaitu gambaran umum objek

---

<sup>44</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), 34.

<sup>45</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 5.

<sup>46</sup> Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rakesarasin, 1996), 2.

penelitian, letak geografis, struktur organisasi, dan fasilitas yang ada di Yam Yam Resto Jepara

- b. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka<sup>47</sup>. Dalam hal ini data kuantitatif yang diperlukan adalah : jumlah direktur dan manajer, jumlah karyawan, jumlah pengunjung dalam 1 minggu, dan hasil angket.

## 2. Sumber Data

Data didapatkan dengan mengukur nilai satu atau lebih variabel dalam sampel (atau populasi). Semua data yang ada pada hakikatnya merupakan cerminan suatu variabel yang diukur menurut klasifikasinya. Misalnya data menurut sumber perolehannya dapat digolongkan menjadi dua, yaitu :

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Atau dengan kata lain data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli.<sup>48</sup> Data Primer ini diperoleh dari pelanggan Yam Yam Resto melalui angket.

### a. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.<sup>49</sup> Data sekunder dalam hal ini peneliti melakukan dengan membaca, mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan pembahasan penelitian ini.

## D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang

---

<sup>47</sup> Sugiyono, *Statistik untuk Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010) 15.

<sup>48</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008) 101-102.

<sup>49</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, 102.

ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.<sup>50</sup>

Dalam penelitian ini yang dimaksud populasi adalah pelanggan Yam Yam Resto rata-rata dalam satu minggunya terdapat 200 orang. Data tersebut saya dapatkan dari penelitian menghitung pelanggan selama satu minggu di Yam Yam Resto Jepara.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi.<sup>51</sup>

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling kategori sampling insidental. Nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>52</sup> Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>53</sup> Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan angket sebagai bahan penelitian sebanyak 67 orang kepada pelanggan yang datang ke Yam Yam Resto Jepara.

Angka 67 didapat dari perhitungan metode Slovin, dengan uraian sebagai berikut :

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

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran yang dapat ditolerir, sebesar 10 %

Maka :

---

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 115.

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 116.

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 120

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 122.

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

$$n = \frac{200}{1 + 200 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{200}{1 + 200 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{200}{1 + 2}$$

$$n = \frac{200}{3}$$

$$n = 66,7$$

$n = 66,7$  dibulatkan menjadi 67

### E. Tata Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel independen atau sering disebut dengan variabel bebas, yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbul variabel dependen (terikat). Variabel dependen atau sering disebut dengan variabel terikat, yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>54</sup>

Dalam penelitian ini mempunyai dua variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan dan kepercayaan. Dan yang menjadi variabel terikat adalah loyalitas pelanggan.

### F. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati.<sup>55</sup>

Dalam penelitian ini operasional variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

<sup>54</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 3-4.

<sup>55</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN, 2009),

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional**

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Sumber	Skala
Kepercayaan Pelanggan	Kepercayaan pelanggan adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya, dan manfaatnya	1. Persepsi Integritas  2. Persepsi Kebaikan  3. Persepsi kompetensi	- Menepati janji - Berperilaku sesuai etika dan jujur  Kepercayaan kemitraan yang memiliki tujuan dan motivasi  Memecahkan masalah yang dihadapi konsumen dan memenuhi segala keperluannya	Junai Al Fian, "Pengaruh Kepercayaan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya", Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 5, 2016	Likert
Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan merupakan pemenuhan keutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyamp	1. keandalan ( <i>Reliability</i> )  2. ketanggapan ( <i>Responsiveness</i> )  3. Jaminan	- akurat dengan apa yang dijanjikan  - kemauan untuk membantu pelanggan - memberikan layanan yang cepat.  - kemampuan	Yafie Erina Zilfia, Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Butik Melia Ara di	Like rt

	<p>aian untuk mengimbangi harapan konsumen</p>	<p>(Assurance)</p> <p>4. Empati (Empathy)</p> <p>5. Bukti Fisik (Tangibles)</p>	<p>untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- perhatian individu yang diterima pelanggan</li> <li>- fasilitas fisik</li> <li>- peralatan yang profesional</li> </ul>	<p>Bandar Lampung, Jurnal Manajemen, no. 3 (2016):</p>	
<p>Loyalitas Pelanggan</p>	<p>Loyalitas pelanggan lebih ditujukan pada suatu perilaku, yang ditunjukkan dengan pembelian rutin dan didasarkan pada unit pengambilan keputusan</p>		<p>5) Melakukan pembelian ulang (repeat purchase)</p> <p>6) Tidak mudah terpengaruh atau tertarik dengan penawaran produk atau jasa dari pihak lain (refuse).</p> <p>7) Menarik pelanggan baru (recommendation).</p>	<p>Feibe Permatasari Karundeng, “Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen pada Rumah Makan Mawar Sharron Wanea Manado” , Jurnal</p>	<p>Like rt</p>

			8) Membeli diluar lini produk atau jasa (reward)	EMBA, no. 3 (2013)	
--	--	--	--	--------------------	--

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur.<sup>56</sup> Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur.<sup>57</sup>

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.<sup>58</sup>

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu-kewaktu.

Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan SPSS dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha. Adapun kriteria bahwa instrumen itu dikatakan reliabel, maka nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik Cronbach Alpha  $> 0,60$  . dan sebaliknya jika Cronbach Alpha diketemukan angka koefisien lebih kecil ( $< 0,60$ ), maka dikatakan tidak reliabel.<sup>59</sup>

## H. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survey

<sup>56</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 90.

<sup>57</sup> Masrukhin, *Statistik Inferensial Aplikasi Progam SPSS*, (Kudus: Media Ilmu, 2008), 20.

<sup>58</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 172.

<sup>59</sup> Masrukhin, *Statistik Inferensial Aplikasi Progam SPSS*, 15.

yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner. Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner.<sup>60</sup>

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.<sup>61</sup>

Model skala dalam penyusunan kuesioner ini adalah menggunakan model skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.<sup>62</sup>

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya :

SS = Sangat Setuju	diberi skor	5
S = Setuju	diberi skor	4
N = Netral	diberi skor	3
TS = Tidak Setuju	diberi skor	2
STS = Sangat Tidak Setuju	diberi skor	1

Selain kuesioner teknik pengumpulan data juga menggunakan observasi dan dokumentasi. Observasi adalah memperhatikan sesuatu dengan menggunakan mata. Didalam pengertian psikologi, observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra. Apa yang dikatakan ini sebenarnya adalah pengamatan langsung. Sedangkan dokumentasi adalah berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Didalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah,

---

<sup>60</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, hal.11.

<sup>61</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 199.

<sup>62</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 132-133.



dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.<sup>63</sup>

Dalam penelitian ini yang dimaksud observasi adalah meneliti tentang sejarah berdirinya Yam Yam Resto, jumlah pengunjung dan melihat situasi secara langsung di Yam Yam Resto. Sedangkan dokumentasi dalam hal ini adalah dokumentasi tentang Yam Yam Resto, data pengunjung, dan lain-lain.

## I. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui hasil jawaban responden dari angket yang disebar. Analisis ini menggambarkan tentang ringkasan data-data penelitian seperti mean, standar deviasi, varian, modus dll.

### 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).<sup>64</sup> Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ) dengan variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan ( $Y$ ).

Persamaan regresi tersebut adalah :<sup>65</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

$Y$  = variabel dependen (loyalitas pelanggan)

$a$  = konstanta (nilai  $Y$  apabila  $X_1, X_2 = 0$ )

$b_1, b_2$  = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

$X_1, X_2$  = variabel independen (kualitas pelayanan, kepercayaan)

### 3. Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel dependen.  $R^2$  ( $R$  Square) sama dengan

---

<sup>63</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), 145-148.

<sup>64</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 277.

<sup>65</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 61.

0 (nol), maka variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya  $R^2$  sama dengan 1, maka variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100 % variasi variabel dependen.<sup>66</sup>

#### 4. Hasil Uji Signifikasi Parameter Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen ( $X_1, X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Dengan menggunakan tingkat signifikansi ( $\alpha = 5\%$ ) dan df ( $n-k-1$ ).

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika  $T_{hitung} < T_{tabel}$  dan  $\alpha \geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  dan  $\alpha < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.<sup>67</sup>

#### 5. Hasil Uji Signifikasi Parameter Simultan (Uji f)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ( $X_1, X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Dengan menggunakan tingkat signifikan ( $\alpha = 5\%$ ), df 1 (jumlah variabel-1) atau  $2-1 = 1$ , dan df 2 ( $n-k-1$ ) atau  $92-2-1 = 89$ .

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.<sup>68</sup>

---

<sup>66</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 66.

<sup>67</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 68-69.

<sup>68</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 67