

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan yaitu explanatory research. Penelitian eksplanatif bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel yang diajukan dalam hipotesis (Sugiyono, 2017). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dimana pendekatan tersebut berfokus pada pengumpulan dan analisis data berupa angka dan statistik untuk menjawab pertanyaan penelitian. Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk mengukur variabel secara objektif, mengidentifikasi pola atau hubungan antara variabel, dan membuat generalisasi yang dapat diterapkan pada populasi yang lebih besar.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. Penelitian dilakukan di Jalan Raya Bandaran, Kecamatan Winongan, Kabupaten Pasuruan. Dengan objek Toko Restu.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Definisi populasi ialah suatu himpunan bersifat menyeluruh yang berasal dari beberapa obyek/subyek berkualitas dan berkarakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti agar dipelajari lalu ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Restu Pasuruan pada tahun 2023-2024 dengan kriteria pernah melakukan pembelian lebih dari satu kali.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2014) Sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability Sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk

dipilih dijadikan sampel (Sugiyono, 2018). Metode yang digunakan adalah *Purposive Sampling* yaitu penelitian dengan cara mengambil sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan atau kriteria sampel yang diperlukan.

Sampel dalam penelitian ini menggunakan 100 responden, karena menurut Fraenkel dan Wallen (2012) menyatakan bahwa besarnya sampel minimum untuk penelitian yang bersifat kuantitatif yaitu sebanyak 100 responden. Mengacu pada pendapat tersebut maka jumlah responden yang akan digunakan adalah 100 responden, karena jumlah tersebut sudah termasuk representatif.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, yaitu tehnik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif (Sugiyono, 2010). Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini sebagai berikut: 1) Berusia 20-60 tahun, 2) Berdomisili di Kabupaten Pasuruan, 3) Melakukan pembelian lebih dari satu kali.

D. Definisi Operasional variabel

Definisi operasional adalah panduan yang menjelaskan bagaimana mengukur suatu variabel. Definisi operasional memberikan informasi penting bagi penelitian yang hendak menggunakan variabel yang sama. Menurut Sugiyono (2010) definisi operasional variabel penelitian adalah elemen atau nilai yang berasal dari obyek atau kegiatan yang memiliki ragam variasi tertentu yang kemudian akan ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini penulis mengambil empat variabel inti yang akan diteliti, yaitu Loyalitas Konsumen (Y), Harga (X1), Lokasi (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Z). Berikut ini adalah penjelasan operasional mengenai variabel yang akan digunakan :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
Loyalitas Konsumen (Y)	Loyalitas konsumen dapat didefinisikan sebagai tindakan pembelian berulang yang didasarkan pada pengambilan keputusan individu dan merupakan komitmen untuk tetap menggunakan produk atau jasa tertentu tanpa terpengaruh oleh pesaing.	<ul style="list-style-type: none"> a. Membeli lebih banyak dan setia lebih lama. b. Melakukan <i>cross selling</i> atau <i>add-on-selling</i>. c. Tidak sensitive terhadap harga. d. Melakukan word of mouth yang positif 	(Maulana et al., 2023)
Harga (X1)	Harga merujuk pada jumlah uang yang dibayar oleh konsumen atau pelanggan untuk memperoleh manfaat dari produk atau jasa tertentu.	<ul style="list-style-type: none"> a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas c. Daya saing harga d. Kesesuaian harga dengan manfaat 	(Gultom et al., 2023)
Lokasi (X2)	Lokasi merupakan berbagai kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memudahkan dan merangsang pengiriman serta distribusi barang atau jasa dari produsen kepada konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> a. Aksesibilitas b. Lalu Lintas (<i>Traffic</i>) c. Visibilitas d. Tempat Parkir yang Aman dan Luas e. Lingkungan 	(Yayuk et al., 2022)
Kepuasan Pelanggan (Z)	Kepuasan pelanggan merujuk pada tingkat kepuasan atau kebahagiaan yang dirasakan oleh pelanggan setelah mereka mengalami atau menggunakan produk atau jasa tertentu.	<ul style="list-style-type: none"> a. Kesesuaian harapan b. Minat berkunjung kembali c. Kesiediaan merekomendasikan d. Konsistensi dalam pembelian produk 	(Masili et al., 2022)

Sumber: Data diolah, (2024)

E. Data dan Sumber Data

Data merupakan suatu bahan mentah yang ketika diolah dengan baik melalui berbagai analisis dapat menciptakan berbagai informasi (Usman & Akbar 2008). Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah data yang diperoleh secara langsung dari jawaban responden melalui penyebaran kuesioner, dan diolah dalam bentuk data melalui alat statistik.

F. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah unit informasi yang tercatat dalam media yang dapat dibedakan dari data lain, dapat diselidiki, dan memiliki relevansi dengan program tertentu. Pengumpulan data merujuk pada prosedur yang terstruktur dan sesuai dengan standar untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan (Tanzeh, 2009). Untuk menghimpun data dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode angket atau kuesioner. Kuesioner sendiri adalah suatu daftar pertanyaan yang disusun untuk mengumpulkan informasi tentang suatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Pada penelitian ini, penulis menggunakan angket dalam bentuk *Google Form*. Pemilihan tersebut didasarkan pada kemudahan dalam pengumpulan data serta efisiensi yang didapatkan. Bobot nilai angket yang ditentukan yaitu :

Tabel 3.2
Bobot Nilai Angket

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2018)

G. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Pernyataan Sugiyono (2017), bahwa uji validitas adalah derajat kepastian antara data yang benar-benar ada tentang item tersebut dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menetapkan validitas sistem dengan mengkorelasikan skor item dengan jumlah keseluruhan. Alat yang

digunakan untuk pengecekan validitas yaitu SPSS (Statistical Product and Service Solutions). Uji validitas menurut Sugiyono (2017), memiliki dua kriteria yaitu:

- a) Apabila r hitung $>$ r tabel (taraf signifikan 0,5), maka item tersebut dinyatakan valid.
- b) Apabila r hitung $<$ r tabel (taraf signifikan 0,5), maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (reliable). Reliabilitas dinyatakan dengan koefisien reliabilitas yang angkanya berada dalam rentang 0 hingga 1,00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitas (Azwar, 2007). Dalam penelitian ini, untuk menguji reliabilitas alat ukur adalah dengan menggunakan teknik pengukuran Alpha Chornbach. Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0 tapi berupa rentang skala (Arikunto, 2006). Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar ($>$) dari 0,60. Terdapat dua ketentuan dalam mengukur reliabilitas, yaitu:

- a) Jika nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,60 dari item pertanyaan dimensi variabel adalah reliabel.
- b) Jika nilai Cronbach's Alpha $<$ 0,60 dari item pertanyaan dimensi variabel adalah tidak reliabel.

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Ghozali (2016) menyatakan bahwa uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini untuk menguji normal tidaknya sampel dihitung dengan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih dari 0,05.

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016) menyatakan bahwa uji multikolinieritas untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan cara : jika nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF (Variance Inflation Factors) < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independent dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dengan membandingkan antara nilai t-tabel dengan t-hitung, yaitu:

- a) Jika nilai $t\text{-tabel} \leq t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$, berarti tidak terdapat heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, berarti terdapat heteroskedastisitas.

I. Teknik Analisis Data

1. Rentang Skala

Data yang telah diperoleh dari kuisisioner selanjutnya dihitung menggunakan skala likert untuk mendapatkan rentang skala. Rentang skala digunakan untuk mengukur dan menilai variabel-variabel yang akan diteliti untuk memudahkan peneliti dalam menentukan nilai atas jawaban para responden. Adapun rumus rentang skala, yaitu:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan:

- RS : Rentang skala
 N : Jumlah sampel
 M : Jumlah alternatif jawaban

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat diperoleh rentan skala dengan perhitungan sebagai berikut :

$$RS = \frac{100(5-1)}{5} = 80$$

Jadi hasil yang diperoleh dari rentang skala adalah 80

- a. Skor Minimum : (Bobot Terendah x Jumlah Sampel) : 1 x 100 = 100
 b. Skor Maksimum : (Bobot Tertinggi x Jumlah Sampel) : 5 x 100 = 500

Berdasarkan perhitungan rentang skala yang diperoleh, dengan demikian kriterial skala penilaian pada penelitian adalah :

Tabel 3.3
Rentang Skala

Skor	Variabel			
	Harga	Lokasi	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Konsumen
100-180	Sangat Tidak Terjangkau	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas	Sangat Tidak Loyal
181-261	Tidak Terjangkau	Tidak Baik	Tidak Puas	Tidak Loyal
262-342	Cukup Terjangkau	Cukup Baik	Cukup Puas	Cukup Loyal
343-423	Terjangkau	Baik	Puas	Loyal
424-504	Sangat Terjangkau	Sangat Baik	Sangat Puas	Sangat Loyal

Sumber: Data diolah, (2024)

2. Analisis Jalur

Untuk mengidentifikasi dampak tidak langsung melalui variabel intervening, suatu syarat esensial adalah adanya signifikansi dalam setiap keterkaitan antara variabel-variabel tersebut (Ghozali, 2013). Apabila penambahan variabel M atau variabel intervening dalam penelitian menyebabkan penurunan pengaruh X terhadap Y mencapai nol, maka dapat dianggap bahwa mediasi sempurna telah terjadi dalam hubungan antar kedua variabel

tersebut. Sebaliknya, jika terjadi penurunan dalam pengaruh X terhadap Y, namun tidak mencapai nol ketika variabel M dimasukkan sebagai intervening, hal tersebut menunjukkan bahwa mediasi yang terjadi bersifat parsial (Ghozali, 2013).

Persamaan pada model analisis jalur terdiri dari dua tahap, yaitu:

$$a. Z = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e_1$$

$$b. Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3Z + e_2$$

Dimana:

Y = Loyalitas Konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X1 = Harga

X2 = Lokasi

Z = Kepuasan pelanggan

e = Error

J. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).

Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian uji T sebagai berikut :

- a) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $> \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji Mediasi (Sobel)

Dalam uji sobel ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi yaitu kepuasan. Menurut Baron & Kenny (1986) suatu variabel disebut intervening jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Menurut Subagyo (2018) ada tiga model analisis yang melibatkan variabel mediasi:

1. Full mediation, yaitu ketika variabel independen tidak dapat mempengaruhi variabel dependen secara signifikan tanpa melalui variabel mediator.
2. Partial mediation, yakni ketika variabel independen mempengaruhi variabel dependen baik secara langsung maupun tidak langsung dengan melibatkan variabel mediator.
3. Unmediated, artinya ketika variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara langsung tanpa melibatkan variabel mediator.

Rumus uji Sobel adalah sebagai berikut:

$$Sab = \sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2 + Sa^2Sb^2}$$

Keterangan:

- Sab : Besarnya standar eror pengaruh tidak langsung
 a : Jalur variabel independen (X) dengan variabel intervening (Y1)
 b : Jalur variabel intervening (Y1) dengan variabel dependen (Y2)
 sa : Standar eror koefisien a
 sb : Standar eror koefisien b