

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Dimana data yang diperoleh berbentuk angka dari sampel populasi yang dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan. Menurut (Sugiyono, 2016) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, 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/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah Replikasi. Menurut (Sugiyono, 2016) penelitian replikasi merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengadopsi variabel, indikator, objek penelitian atau alat analisis yang sama dengan penelitian sebelumnya. Sifat penelitian ini adalah replikasi dari penelitian sebelumnya yakni (Ana Rohanah, 2022) Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pengguna Scarlet Di Lampung). Perbedaan penelitian terletak pada objek yang diteliti dan periode penelitian.

C. Lokasi dan Periode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada Usaha Kebab dan Burger Ayub yang beralamat di Jl. Dr. Sutomo (lapangan merdeka) Kota Tebing Tinggi.

2. Periode Penelitian

Periode penelitian ini terhitung mulai Februari 2023 Sampai Dengan Juni 2023.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2016) 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. Pada penelitian ini yang dijadikan populasi adalah pelanggan Kebab dan Burger Ayub Tebing Tinggi. Dimana jumlah populasi tidak diketahui jumlahnya.

2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Menurut (Sugiyono, 2016) menegaskan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan tahap pertama dalam menentukan ukuran sampel yang akan digunakan untuk meneliti suatu objek. Apabila jumlah populasi dalam penelitian tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka perhitungan jumlah sampel dapat menggunakan rumus *Cochran* (Sugiyono,

2016) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Dimana:

n: Jumlah sampel yang diperlukan

z: Harga dalam kurve normal simpangan 95% dengan nilai 1,96

p: Peluang benar 50% = 0,5

q: Peluang salah 50% = 0,5

e: Tingkat kesalahan sampel (sampling error) biasanya 10%

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dimana z sebesar 1,96 dan tingkat error maksimum sebesar 10%. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan, maka sampel yang diambil adalah berjumlah 96 responden.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental sampling*. Menurut (Sugiyono, 2016) *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pelanggan Kebab dan Burger Ayub yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika dilihat orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

E. Sumber Data

Penelitian ini dilakukan menggunakan dua sumber data yaitu:

1. Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2016) data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan. Pengumpulan data primer penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara langsung kepada pemilik usaha Kebab dan Burger Ayub dan menyebarkan kuesioner secara langsung ke langsung kepada pelanggan Kebab dan Burger Ayub Tebing Tinggi.

2. Data Sekunder

Data sekunder ini merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara yang dicatat atau diperoleh pihak lain. (Sugiyono, 2016) mendefinisikan Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung yang memberikan data kepada pengumpul data, misalnya orang lain atau dokumen”. Data sekunder dalam penelitian ini antara lain mencakup profil usaha Kebab dan Burger Ayub Tebing Tinggi.

F. Metode Pengumpulan Data

Teknik atau metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden mengenai hal-hal yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Menurut (Sugiyono, 2016) Kuesioner (Angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pada penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan dalam angket dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survey. Menurut (Sugiyono, 2016), jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata kemudian diberi skor. Dapat dilihat seperti tabel berikut :

Tabel 3.1
Skor Berdasarkan Skala Likert

Pertanyaan/Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Data Diolah (2023)

2. Studi Pustaka

Studi literatur yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari buku, jurnal, internet, tesis, dan lain-lain yang dapat mendukung penelitian ini. Dalam studi sastra ini Peneliti mencari data dan informasi yang relevan dan mendukung variabel yang diteliti.

G. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2016) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Operasional variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasional variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Secara lebih rinci definisi operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Table 3.2
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Pengukuran
1	<i>Perceived Value</i> (X)	<i>Perceived value</i> adalah nilai pelanggan sebagai penilaian keseluruhan konsumen terhadap utilitas sebuah produk berdasarkan persepsinya terhadap apa yang diterima dan apa yang diberikan (Fandy Tjiptono, 2019)	1. <i>Emotional value</i> 2. <i>Social value</i> 3. <i>Quality /performance value</i> 4. <i>Price/value of money</i> (Fandy Tjiptono, 2019)	Skala Likert
2	Kepuasan Pelanggan (Z)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. (Fandy Tjiptono, 2019)	1. Kesesuaian harapan, 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasi (Fandy Tjiptono, 2019)	Skala Likert

3	Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. (Fandy Tjiptono, 2019)	1. Melakukan pembelian ulang 2. Merekomendasikan kepada pihak lain 3. Tidak berniat untuk pindah 4. Membicarakan hal-hal positif (Fandy Tjiptono, 2019)	Skala Likert
---	-------------------------	--	--	--------------

Sumber : Data Diolah (2023)

H. Metode Analisis Data

1. Uji instrument

a. Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2016) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur untuk kuesioner tersebut. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif maka pernyataan tersebut dikatakan valid. r tabel didapat dari taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan derajat bebas atau *degree of freedom* (df).

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2016) uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil

dari waktu ke waktu. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas ini adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai *Cronbach's alpha* $> 0,60$ maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten.
- 2) Jika nilai *Cronbach's alpha* $< 0,60$ maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

2. Uji Asumsi klasik

Pengujian asumsi klasik yang digunakan yaitu : uji normalitas yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2016) uji normalitas untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal / mendekati normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistik. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis statistik dengan uji *Kolmogrov-Sminorv Test*, uji normalitas dinyatakan normal apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Sedangkan analisis grafik dengan melihat *normal probability plot* (Normal P Plot) yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan *floating* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis

yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen, (Ghozali, 2016). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* berlawanan, *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut. Begitupun sebaliknya jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan $VIF > 10$, maka terjadi gangguan multikolinieritas pada penelitian tersebut.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2016) uji heteroskedastisitas yaitu untuk menguji terjadinya perbedaan *variance* residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadinya heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan Uji Glejser, menurut (Ghozali, 2016) uji glejser yaitu dengan menguji tingkat signifikasinya. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Apabila nilai signifikansi antara variabel

bebas lebih dari 0,05 ($> 0,05$) berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila nilai signifikansi antara variabel bebas kurang dari 0,05 ($< 0,05$) berarti terjadi heteroskedastisitas.

3. Pengujian Regresi Linier

a. Uji Regresi Linier Sederhana (Persamaan I)

Analisis regresi linear sederhana adalah regresi linear dimana variabel yang terlibat di dalamnya hanya dua, yaitu variabel terikat Y, dan satu variabel bebas X serta berpangkat satu. Dalam penelitian ini analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh *perceived value* (X) terhadap kepuasan pelanggan (Z).

Secara umum model regresi linear sederhana dirumuskan berikut:

$$Z = a + b_1X + e_1$$

Keterangan :

a = Konstanta

X = *Perceived Value*

Z = Kepuasan Pelanggan

b₁ = Koefisien jalur X dengan Z

e₁ = error

b. Uji Regresi Linier Berganda (Persamaan II)

Analisis regresi linear berganda adalah regresi linear di mana sebuah variabel terikat dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas.

Dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh *perceived value* (X) dan kepuasan pelanggan (Z)

terhadap loyalitas pelanggan (Y). Bentuk persamaannya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_2X + b_3Z + e_2$$

Keterangan :

- a = Konstanta
- X = *Perceived Value*
- Z = Kepuasan Pelanggan
- Y = Loyalitas Pelanggan
- b₂ = Koefisien jalur X dengan Y
- b₃ = Koefisien jalur Z dengan Y
- e₂ = error

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan kata lain nilai koefisien determinan digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel yang diteliti X dan Y sebagai variabel terikatnya. Semakin besar nilai koefisien determinasi maka semakin baik kemampuan variabel X menerangkan variabel Y. Jika determinasi (R^2) semakin besar (mendekati 1), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel X adalah besar terhadap variabel Y. Menurut (Ghozali, 2016) terdapat beberapa kriteria sebagai berikut :

- a. Nilai R^2 mempunyai interval antara 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$) variabel dependen.
- b. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen semakin besar R^2 (mendekati 1), semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

- c. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan guna memprediksi variasi dependen.

5. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Menurut (Ghozali, 2016) Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial.

Kriteria pengambilan keputusan menurut perbandingan nilai t_{hitung} serta t_{tabel} di taraf signifikan 0,05 dimana:

- 1) Hipotesis diterima jika nilai hitung statistik uji $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< \alpha = 0,05$.
- 2) Hipotesis ditolak jika nilai hitung statistik uji $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> \alpha = 0,05$.

6. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Menurut (Ghozali, 2016), untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Uji regresi dengan variabel intervening bertujuan untuk melihat pengaruh tidak langsung antara satu variabel terhadap variabel yang lainnya. Untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur (*path Analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan

kausalitas antar variabel (model causal atau sebab akibat) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.

Analisis jalur bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung variabel independen terhadap variabel dependen. Perhitungan pengaruh secara langsung dan tidak langsung dihitung dari nilai *unstandardized coefficients* regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut persamaan strukturalnya :

$$\text{Persamaan I : } Z = b_0 + b_1X + e_1$$

$$\text{Persamaan II : } Y = b_0 + b_2X + b_3Z + e_2$$

Keterangan :

- $b_{1,2,3}$ = Koefisien Regresi
- X = *Perceived Value*
- Y = Loyalitas Pelanggan
- Z = Kepuasan pelanggan
- e_1, e_2 = *Error*



