

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah penelitian kausal komparatif. Penelitian kausal komparatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017), metode Kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah loyalitas (Y), Selera (X1), Ketersediaan Produk (X2), dan Diskon (X3) .

B. Sifat Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2014) adalah aktifitas riset dasar untuk mendapatkan informasi kebutuhan pengguna, kemudian dilanjutkan kegiatan pengembangan untuk menghasilkan produk dan mengkaji keefektifan produk tersebut. Menurut (Setyosari, 2013) penelitian pengembangan adalah suatu upaya secara sistematis untuk memberikan jawaban terhadap permasalahan atau fenomena yang kita teliti. Penelitian ini merupakan pengembangan penelitian yang dilakukan oleh (Eka Susilawati, Estik Hari Prastiwi, Yulyar Kartika, 2022) dengan judul (Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, Dan *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan

Produk *Fashion Shopee*) dan yang menjadi pembedanya adalah dua variabel bebas dimana Pengaruh Persepsi Harga menjadi Selera Konsumen, dan *Customer Experience* menjadi Ketersediaan Produk, dan pada objek penelitiannya dimana Pelanggan Produk *Fashion Shopee* menjadi Irian Supermarket dan Dept.Store .

C. Lokasi Penelitian dan Periode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2013) bahwa setiap rancangan penelitian perlu dilengkapi dengan jadwal kegiatan yang akan dilaksanakan. Dalam jadwal berisi kegiatan apa saja yang akan dilakukan, dan berapa lama akan dilakukan. Maka dari itu, lokasi yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah di Irian Supermarket Dept Store Tebing Tinggi Jl. M.H Thamrin No.46 Ps Gambir, merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang retail/penjualan yang menjual berbagai kebutuhan konsumen seperti food, non food, fashion & peralatan rumah tangga.

2. Periode Penelitian

Penelitian dilaksanakan dengan mengumpulkan data melalui penyebaran angket (kuesioner) kepada pelanggan Irian Supermarket Dept.Store Tebing Tinggi. Waktu yang ditentukan untuk melakukan penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2023 s/d Juli 2023.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pada pelanggan yang mempunyai kartu member card irian supermarket. Dimana dari data pelanggan yang terhitung rata-rata yang memiliki kartu member dalam satu bulan dengan jumlah total populasi sebanyak 1.495.000 pelanggan.

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018), mengatakan bahwa sampel merupakan bagian dari ciri dan jumlah suatu populasi. Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus slovin. Penggunaan rumus slovin bertujuan untuk memperkecil sampel karena dengan sampel yang banyak dapat mempengaruhi waktu dan biaya peneliti. Penentuan rumus slovin adalah sebagai berikut :

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

$$n = \frac{1.495}{(1 + 1.495 (0,1)^2)}$$

$$n = \frac{1.495}{(1 + 1.495 (0,01))}$$

$$n = \frac{1.495}{(1 + 14,95)}$$

$$n = \frac{1.495}{15,95}$$

$$n = 93$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel
 N = Jumlah Total Populasi
 e = Batas Toleransi Error

Dari dasar untuk menentukan sample penulis berdasarkan rumus Slovin dengan toleransi kesalahan adalah 10% maka jumlah untuk sample berjumlah 93 responden.

Dari jumlah pelanggan kartu member card Irian Supermarket Dept.Store dapat di simpulkan dengan mencari rata rata dari 3 bulan terakhir pelanggan kartu member untuk mencari sampel daripada jumlah pengunjung Irian Supermarket setiap bulannya. Dimana dari data tersebut terhitung jumlah populasi 1.495 orang, kemudian untuk mencari jumlah sampel menggunakan rumus slovin dengan 93 responden.

3. Teknik Sampling

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu *Insidental / Accidental* Sampling. Menurut (Sugiyono, 2016) Sampling *Insidental / Accidental* Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

E. Sumber Data

Sumber data penelitian dapat diklasifikasikan menjadi data primer dan data sekunder. Dalam memperoleh data yang diperlukan untuk penelitian ini, peneliti memperoleh data dengan menggunakan sumber data sebagai berikut:

1. Data primer

Menurut (Sugiyono, 2018), data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini yang menjadi data primer yaitu melalui survey dengan cara membagikan angket/kuesioner kepada konsumen Irian Supermarket Tebing Tinggi.

2. Data sekunder

Menurut (Sugiyono, 2018), data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Artinya data yang diperoleh dengan media perantara. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan berbagai informasi terkait Irian Supermarket Tebing Tinggi seperti data-data yang ada.

F. Metode Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Pengumpulan Data dengan Wawancara (*Interview*) Menurut (Sugiyono, 2019) wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar

informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Peneliti melakukan wawancara langsung kepada pelanggan Irian Supermarket Dan Dept.Store Tebing Tinggi untuk memperoleh data fakta, sebagaimana data ini akan dilakukan dalam analisis dan sebagai acuan dalam pengisian kuisisioner.

2. Kuisisioner

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisisioner (angket). Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini, peneliti akan menyebar kuisisioner (angket) kepada pelanggan Irian Supermarket Dept.Store yang pernah melakukan pembelian produk. Dan pelanggan yang merupakan responden dalam penelitian akan menjawab kuisisioner yang berisi pernyataan yang berkaitan dengan masalah penelitian ini. Dalam penyebaran kuisisioner (angket) untuk mengumpulkan data, kuisisioner akan disebar secara *online* atau elektronik dengan media *Google Form* kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitiann dengan Jumlah responden yang di kumpulkan sebanyak 30 responden.

Menurut (Sugiyono, 2019) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuisisioner yang dibagikan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala likert.

Tabel 3.1 Pemberian Skor Untuk Jawaban Kuisisioner

No.	Jawaban	Kode	Nilai Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2019)

G. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini 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 (Sugiyono, 2019) Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih oleh penulis yaitu Pengaruh Selera Konsumen, Ketersediaan Produk, Dan Diskon Terhadap Loalitas Pelanggan Pada Pembelian Produk di Irian Supermarket & Dept.Store Tebing Tinggi . Defenisi operasional dalam penelitian ini yang diukur yaitu Loyalitas (Y), Selera (X1), Ketersediaan Produk (X2) dan Diskon (X3).

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
1.	Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan terhadap merek atau perusahaan yang diwujudkan dengan memilih kembali produk atau layanan dari merek atau perusahaan yang sama secara berulang kali . (F. Tjiptono, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kesetiaan dalam membeli produk pelanggan 2) Ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai perusahaan pelanggan 3) Mereferensikan secara total eksistensi perusahaan pelanggan (Kotler and Keller, 2016)	Likert
2.	Selera (X1)	Selera adalah kecenderungan seseorang atau kelompok dalam memilih produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler and Keller, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kebutuhan dan keinginan 2) Preferensi 3) Pembelian yang sering 4) Pemberian impulsif 5) Keluhan dan pengembalian produk 6) Kesetiaan merek 7) Tingkat rekomendasi 8) Tingkat kepuasan (Kotler and Keller, 2016)	Likert
3.	Ketersediaan	Ketersediaan	1) Variasi	

	Produk (X2)	produk adalah kemampuan perusahaan untuk menjaga persediaan produk ketika terjadi peningkatan permintaan terhadap merk produk. (Kotler and Armstrong, 2014)	produk 2) Kualitas produk 3) Stock produk (Kotler and Armstrong, 2013)	Likert
4.	Diskon (X3)	Diskon adalah pengurangan harga yang di berikan kepada konsumen untuk pembayaran cepat atau atas promosi yang di lakukan oleh pemberi itu sendiri (Kotler and Keller, 2016)	1) Besarnya diskon 2) Frekuensi diskon 3) Jenis produk atau layanan 4) Target pasar (Solomon, 2021)	Likert

H. Metode Analisis Data

1. Uji Instrumen

Untuk mengetahui data yang diperoleh dengan kuisisioner dapat valid dan reliable maka perlu dilakukan uji validitas dan uji reabilitas dapat diketahui layak tidak layaknya dapat dikumpulkan. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reabilitas diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas menurut Ghazali (2018) , digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner dan suatu kuisisioner dikatakan valid jika

pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Kriteria pengujian validitas yaitu hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana $df = n-2$ dengan sig 5% dapat dilihat sebagai berikut:

1. Jika r hitung $>$ r tabel maka hal ini berarti bahwa butir atau item pertanyaan tersebut valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel maka hal ini berarti bahwa pertanyaan tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur suatu kuisisioner yang mempunyai indikator dari variabel atau konstruk suatu kuisisioner dinyatakan reliable atau handal jika jawaban seorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018).

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS, yang akan memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Untuk menguji normalitas residual, peneliti menggunakan *Uji Kolmogorov-Smirnov* (K-S), dan Grafik Histogram. Uji K-S dilakukan dengan menggunakan hipotesis :

H_0 : data residual berdistribusi normal

H_a : data residual tidak berdistribusi normal

Pengujian normalitas dengan melihat nilai Asmp. Sig. (*2-tailed*). Jika tingkat signifikasinya > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sehingga dikatakan data residual berdistribusi normal. Uji Grafik Histogram dilakukan dengan cara:

1. Data dikatakan berdistribusi normal jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya.
2. Sebaliknya data dikatakan tidak berdistribusi normal, jika data menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal atau garis histogramnya.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau bebas. Menurut (Ghozali, 2018), tujuan uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik memiliki model yang didalamnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinearitas dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF < 10 , berarti tidak terdapat multikolinieritas. Jika nilai VIF > 10 maka terdapat multikolinieritas dalam data.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2018) . Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Cara yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini yaitu uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independe (Ghozali, 2018) . Jika nilai probalitas signifikan dari variabel independen diatas tingkat kepercayaan 5%, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel mempunyai hubungan yang linier atau tida. Uji linieritas biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. dalam penelitian ini menggunakan metode uji 6). Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Uji linieritas biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier, masing-masing variabel berhubungan positif dan negatif yang persamaannya dapat dituliskan sebagai berikut :

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

Keterangan:

Y = Loyalitas
 a = Konstanta
 X1 = Selera
 X2 = Ketersediaan Produk
 X3 = Diskon
 b1 = Koefisien regresi X1
 b2 = Koefisien regresi X2
 b3 = Koefisien regresi X3
 e = Standar eror

4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur faktor manakah yang paling berpengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Nilai (R²) yang besar menunjukkan variabel independen yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel dependen. Tujuan menghitung koefisien determinasi parsial (R²) adalah untuk mengetahui variabel bebas mana yang paling dominan terhadap variabel terikat

I. Uji Hipotesis

1. Uji-t (Uji Parsial)

Menurut Ghazali (2018), bahwa untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial (individual) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel individu bebas secara individu dalam menerangkan variabel terikat. Kriteria dalam uji t (Uji parsial) dapat dilihat yaitu:

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel bebas secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Jika dilihat dari nilai signifikansinya:

- 1) Jika angka sig. $> 0,05$, maka H_0 diterima
- 2) Jika angka sig. $< 0,05$, maka H_0 ditolak

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F menguji asumsi mengenai tepatnya model regresi untuk diterapkan terhadap data empiris atau hasil observasi. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Untuk pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai $F_{statistik}$ dengan F_{tabel} .

Langkah-langkah yang ditempuh dalam pengujian adalah :

- a) Menyusun hipotesis nol H_0 dan hipotesis alternatif (H_a) :
 - 1) $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$: artinya secara bersamaan variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
 - 2) $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$, artinya secara bersamaan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen
- b) Menentukan tingkat signifikan yaitu sebesar $0,05$ (α)
- c) Membandingkan f_{hitung} dengan f_{tabel}

- 1) Bila $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima dan ditolak H_a , artinya bahwa secara bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Bila $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan menerima H_a artinya bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 3) Berdasarkan probabilitas H_a akan diterima jika nilai probabilitas kurang dari 0,05 (α).



