

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Riset yang dipergunakan ialah descriptive informasi lapangan dan explanatory informasi lapangan. Penelitian descriptive merupakan bertujuan buat menyediakan satu gambaran atau menjabarkan kategori yang berlatar menggunakan suatu kenyataan yang diteliti dari perspektif individual. Goal asal penelitian exploratory merupakan untuk mentes suatu kesimpulan sementara guna memperoleh gagasan, dan pemahaman terhadap suatu problem supaya bisa dilakukan penelitian lebih lanjut yang lebih terarah.

Menurut (Sugiyono, 2019:78), adapun jenis penelitian yg dipergunakan sinkron menggunakan tujuan dan konflik pada penelitian ini, maka metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Jenis penelitian dalam rangka menyebutkan operasional berasal aktivitas peneliti dalam sebuah penelitian. Jenis penelitian ialah panduan atau mekanisme dan teknik dalam perencanaan penelitian yang berguna menjadi panduan buat membentuk strategi yg membentuk modal atau blue print penelitian(S.Taufik, 2018:67).

3.2 Sifat Penelitian

Sifat dari penelitian ini adalah berupa penelitian replikasi yaitu, penelitian yang mengadopsi variabel dan indikator dari masing-masing variabel dan didukung oleh objek penelitian dan alat analisis yang digunakan. Erlina dalam

(Surjaweni, 2019:89) menyatakan bahwa “variabel operasional adalah menjelaskan ciri-ciri objek menjadi unsur-unsur yang dapat diamati yang menyebabkan konsep itu diukur dan dioperasionalkan ke dalam penyelidikan. Setiap konsep variabel yang dipakai dalam penelitian harus memiliki penjelasan yang jelas. Sesuatu yang lain, itu akan menimbulkan makna yang beragam.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan pada Alfamart Bukit Melati yaitu salah satu cabang Alfamart yang ada di kota Batam. Gerai Alfamart Bukit melati berada di lokasi Jl. Dapur 12, Sungai Pelunggut, Kec. Sagulung, Kota Batam, Kepulauan Riau 29472, Indonesia.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan selama empat bulan yakni mulai Maret 2022 sampai Juni 2022. buat lebih jelasnya, peneliti menampilkan jadwal penelitian di table dibawah ini:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Maret 2022	Maret 2022	April 2022	April 2022	Mei 2022	Juni 2022
1	Pencarian data awal						
2	Perancangan						
3	Studi pustaka						
4	Penentuan model penelitian						

5	Penyusunan kuesioner						
6	Penyebaran kuesioner						
7	Analisis hasil kuesioner						
8	Penyusunan skripsi						

Sumber: Peneliti, 2022

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Surjaweni, 2018:80) Populasi artinya keseluruhan jumlah yang terdiri asal atas objek atau subjek yg memiliki ciri serta kualitas tertentu yang akan ditetapkan oleh peneliti buat diteliti serta kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi atau unit analisis pada penelitian ini merupakan pengunjung asal Alfamart Bukit Melati yang terdaftar menjadi member sebesar 120 orang.

3.4.2 Sampel

Sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi merupakan pengertian dari sampel yang digunakan untuk penelitian. Menurut (Priyatno, 2017:78) bagian dari populasi yang akan diteliti adalah sampel. Dalam penelitian ini populasi diketahui 120 orang.

Menurut (Sulistiyono & Sulistiyowati, 2018:56) pengertian asal sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel Jika semua anggota populasi dijadikan sampel, hal ini dilakukan Bila jumlah populasi relative kecil, kurang berasal 30, atau penelitian ingin membentuk generalisasi menggunakan kesalahan yg sangat mungil. kata lain sampel jenuh ialah sensus, dimana seluruh populasi dijadikan

sampel. Maka pada penelitian ini sampel yang digunakan sampel jenuh yang berarti semua anggota populasi dijadikan sampel yakni 120 orang.

3.5 Sumber Data

Dalam penelitian ini, Penulis memakai 2 metode dalam menerima data. Yaitu data sekunder dan data primer. Data-data ini akan digunakan menjadi sumber isu untuk dapat diolah menjadi informasi yg selanjutnya akan pada gunakan buat mengukur bagaimana persetujuan yang ada di penelitian ini. Data primer ialah data yang diperoleh eksklusif berasal objek penelitian yaitu Alfamart Bukit Melati, serta yg ke 2 adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh asal asal lain atau secara tak pribadi berasal objek penelitian.

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2017:65) teknik pengumpulan data pada penelitian ini terdiri atas:

1. Wawancara yaitu teknik pengumpulan data yg menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian. di waktu mengajukan pertanyaan, peneliti bisa bicara berhadapan pribadi dengan responden.
2. Kuesioner yaitu pengumpulan informasi tidak memerlukan kedekatan relatif diwakili daftar pertanyaan.
3. Observasi yaitu cara mengumpulkan informasi melalui proses metode pencatatan perilaku subjek (individu), objek (benda), atau peristiwa yg sistematis tanpa adanya pertanyaan.

3.6.2 Alat Pengumpulan Data

Indera yang dipergunakan buat menerima data serta berita terkait menggunakan penelitian ini, maka penulis memberikan link kuisoner yg telah dibuat melalui formulir online atau google form. Pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan sang penulis terkait dengan kusionber atau angket yg akan dibagikan pada para responden atau sampel dan akan diisi secara online dan dikirim kembali pada penulis. Pengisian data-data yg ada di kuisoner dapat dilakukan secara terbuka ataupun tertutup bagi para responden (Sugiyono et al., 2019:45).

Dalam pengisian kuisoner, penulis jua telah menyiapkan skor penilaian sehingga memudahkan responden buat menjawab daftar pertanyaan yang ada. buat skala pengukuran yang dipergunakan menggunakan adalah skala likert yaitu:

1. Sangat setuju (SS) dengan skor 5
2. Setuju (S) dengan skor 4
3. Ragu-ragu atau Netral (N) dengan skor 3
4. Tidak setuju (TS) dengan skor 2
5. Sangat tidak setuju (STS) dengan skor 1.

Dengan menggunakan skala likert ini, akan menghasilkan data yang dapat dihitung dengan cepat. (Sugiyono et al., 2019:46)

3.7 Defenisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Independen

Operasional variabel dimaksudkan buat mengetahui dampak pengukuran variabel-variabel penelitian. Variabel-variabel tersebut bisa dibagi menjadi

variabel independen serta variabel dependen yg akan diuraikan seperti dibawah ini:

3.7.1.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan taraf keunggulan yg diperlukan serta pengendalian atas tingkat keunggulan tadi buat memenuhi hasrat pelanggan. apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (perceived service) sinkron dengan yg dibutuhkan atau melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik, ideal dan memuaskan. sebaliknya Bila jasa atau pelayanan yg diterima lebih rendah daripada yang diperlukan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk (Siagian, 2018:34).

(Iffah, 2018:87) menyebutkan beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur Kualitas Pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Fasilitas Fisik
2. Karyawan atau sumberdaya manusia
3. Pemberitahuan waktu pelayanan.
4. Kesopanan/keramahan karyawan/sumber daya manusia
5. Permintaan maaf terhadap kesalahan servis.

3.7.1.2 Promosi (X2)

Menurut (Saputra & Sudharma, 2017:56) promosi bisa menjadi tindakan yang perdagangannya adalah untuk menyampaikan data, mempengaruhi, dan membujuk individu agar bersedia melakukan pembelian atas barang-barang yang dipromosikan. Menurut (Putra & Sriathi, 2018:67) terdapat beberapa indikator kenaikan pangkat mencakup:

1. *Sales Promotion*

Artinya media yang dipergunakan pada memasarkan atau menjual suatu produk atau jasa sang sutau perusahaan

2. *Sales Force*

Merupakan sekelompok pada perusahaan atau organisasi yang bertugas buat menjual atau memasarkan produk perusahaan sebagai bentuk pelayanan terhadap mayarakat.

3. *Advertising*

Merupakan media iklan yg digunakan perusahaan atau organisasi pada memasarkan atau memepkenalkan produk atau jasa yg akan pada beli sang rakyat mirip papan reklame atau billboard serta juga layar LED.

4. *Public Relation*

Artinya bagian yg ada pada pada perusahaan yang bertujuan melakukan komunikasi dengan masyarakat sehingga terjalin korelasi yang baik antara perusahaan serta lingkungan luar perusahaan.

5. *Direct Marketing*

Ialah media yang dipergunakan oleh perusahaan atau organisasi pada memepkenalkan produk atau jasanya secara eksklusif kepada konsumen.

3.7.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

3.7.2.1 Loyalitas Pelanggan (Y)

Menurut (Ade Tiara Yulinda, 2017:88) loyalitas pelanggan adalah keinginan pelanggan untuk berlangganan perusahaan untuk waktu yang lama,

dengan mengabdikan barang dagangan dan jasanya leboh dari satu kali dan benar-benar menyarankannya kepada orang lain.

Menurut (Nugraha, Paturusi, & Wijaya, 2019:90) indikator yang dipakai guna mengukur loyalitas pelanggan yakni :

1. Melakukan pembelian secara terencana
2. Membeli bagian luar lini produk/jasa.
3. Meresepkan untuk orang lain.

Tabel 3.2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Keunggulan jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (perceived service) sesuai dengan yang diharapkan atau melampaui harapan pelanggan.	1. Fasilitas Fisik 2. Karyawan atau sumber daya manusia 3. Pemberitahuan waktu pelayanan. 4. Kesopanan/Keramahan karyawan/sumber daya manusia 5. Permintaan maaf terhadap kesalahan servis.	Likert
Promosi (X2)	Mempromosikan latihan yang mulai menyebarkan data, mempengaruhi dan merekomendasikan untuk membentuk pembelian pada produk yang dipromosikan.	1. <i>Sales Promotion</i> 2. <i>Sales Force</i> 3. <i>Advertising</i> 4. <i>Public Relation</i> 5. <i>Direct Marketing</i>	Likert
Loyalitas Pelanggan (Y)	Keinginan pelanggan untuk berlangganan perusahaan untuk waktu yang lama, dengan mengabdikan barang & jasanya lebih dari satu kali	1. Melakukan pembelian yang direncanakan. 2. Membeli bagian diluar lini	Likert

	dan benar-benar menyarankan pada pihak lain.	produk/jasa. 3. Menyarankan kepada orang lain.	
--	--	---	--

Sumber: (Ade Tiara Yulinda, 2017:88), (Nugraha, Paturusi, & Wijaya, 2019:90), (Saputra & Sudharma, 2017:56), (Putra & Sriathi, 2018:67), (Siagian, 2018:34)

3.8 Metode Analisis Data

Peneliti harus menentukan metode statistik yg relevan buat menganalisis data yg sudah dikumpulkan supaya diperoleh kesimpulan yang logis. Relevan tidaknya metode statistik yang akan dipilih paling tidak dipengaruhi oleh tujuan studi serta skala ukur variabel penelitian. Adapun tujuan studi dalam penelitian ini merupakan tujuan menguji hipotesis, yakni uji korelasi kausalitas dalam(Linarwati, Fathoni & Minarsih, 2018:23)

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah untuk menjelaskan data dari sesuatu variabel yang diteliti dalam (Alfianika, 2018). Peneliti dapat memanfaatkan statistik deskriptif. Derajat deskriptif yang sering di gunakan untuk menggambarkan data penelitian adalah frekuensi rata-rata. Untuk pemeriksaan kecenderungan, lebih sering digunakan *analisis trend*.

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Data adalah hal yang paling krusial pada suatu penelitian karena data merupakan gambaran berasal variabel yg akan diteliti serta berfungsi menjadi indera verifikasi hipotesis. Sebelum data yang diperoleh berasal responden diolah,

taraf keabsahan serta kepercayaan data wajib diuji melalui uji kualitas data. Uji kualitas data bisa dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas instrumen.

Validitas instrumen ditentukan dengan mengorelasikan antara skor yang diperoleh setiap butir pertanyaan atau pernyataan menggunakan skor total. Skor total artinya jumlah berasal semua skor pertanyaan atau pernyataan. Jika skor tiap buah pertanyaan berkorelasi secara signifikan menggunakan skor total di tingkat alfa eksklusif, maka bisa dikatakan bahwa alat pengukur itu valid. Sebaliknya,

Bila korelasi tidak signifikan, alat pengukur itu tidak valid serta indera pengukur itu tidak perlu digunakan buat mengukur atau mengambil data. Rumus yg digunakan buat mencari nilai hubungan artinya hubungan Pearson Product

Moment yg dirumuskan menjadi berikut:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Rumus 3.1 Koefisien Korelasi

Sumber: (Sanusi, 2018)

Dimana:

r = Koefisien korelasi

X = Skor butir

Y = Skor total butir

N = Jumlah sampel (responden)

Nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel dengan derajat bebas (n-2). Kaidah yang digunakan dalam uji validitas ini (Sanusi, 2018:75) adalah:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen yang digunakan cukup besar atau valid.

2) Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen yang digunakan tidak valid.

Supaya data yang didapat meliputi tingkat akurasi dan konsistensi yg tinggi, instrumen penelitian yg digunakan wajib valid dan reliabel. Suatu instrumen dikatakan valid Bila instrumen tersebut mengukur apa yg seharusnya diukur (S.Hidayat, 2018:78).

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu indera pengukur memberikan konsistensi akibat pengukuran sekiranya indera pengukur itu digunakan sang orang yang sama pada ketika yang berlainan atau digunakan saat orang yang berlainan dalam saat yang bersamaan atau saat yang berlainan.

Perhitungan reliabilitas dilakukan terhadap buah pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid. Cara pengukuran ulang ialah pernyataan atau pertanyaan yang sama diberikan pada responden yang sama di ketika yang bersamaan. diperlukan waktunya tidak terlalu dekat serta tidak terlalu lama untk menghindari bias daya jangan lupa responden terhadap pertanyaan atau pernyataan yg pernah diberikan serta bias karena perubahan fenomena. Secara tersirat, reliabilitas ini memiliki objektivitas karena hasil perhitungan tidak mempengaruhi siapa pengukurnya (S.Hidayat, 2018:90).

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bisa dilakukan menggunakan memakai Histogram Regression Residual yg sudah distandarkan, analisis ChiSquare, serta pula

memakai nilai Kolmogorov-Smirnov, kurva nilai residual terstandarisasi dikatakan normal Bila nilai Kolmogorov-Smirnov $Z < Z_{\text{tabel}}$, lalu Jika dalam gambar akan berbentuk BellShaped curvedan dalam memakai P-P Plot akanmembentuk garis-garis di sekitar diagonal.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas ialah hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau seluruh variabel bebas. Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk diputuskan apakah dalam model regresi menunjukkan adanya hubungan antar variabel bebas. pada contoh regresi yang baik seharusnya tidak terjadi hubungan diantara variabel bebas dalam(Alfianika, 2018: 34). Pada hal ini pengujian dilakukan dengan metode *Variance Tolerance Faktor* (VIF).

Tolerance dipergunakan untuk mengukur variabelitas di variabel independen yg terpilih dan sang variabel independen lain tidak dijelaskan. Nilai tolerance yg rendah sama menggunakan nilai VIF tinggi ($VIF = 1/\text{tolerance}$). Uji multikolinearitas bisa dilakukan menggunakan cara: Tolerance value $< 0,10$ atau $VIF > 10$ maka dapat diketahui sudah terjadinya multikolinearitas. Tolerance value $> 0,10$ atau $VIF < 10$,maka diketahui multikolineritas tidak terjadi.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan buat menguji apakah keragaman asal selisih nilai pengamatan serta pendugaan sama untuk seluruh nilai pendugaan Y. Bila terjadi heteroskedastisitas maka pendugaan koefisien regresi sebagai tidak

seksama. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan secara berpasangan antara variabel tidak bebas dengan variabel bebas dalam(Alfianika, 2018:33)

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode Glejser dengan cara menyusun regresi antara nilai absolut residual dengan variabel bebas. jika masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap sempurna residual ($\alpha = 0,05$) maka pada contoh regresi tidak terjadi tanda-tanda heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda pada dasarnya ialah perluasan berasal regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu sebagai 2 atau lebih variabel bebas. Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, Jika peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), Bila dua atau lebih variabel independen menjadi faktor prediktor dimanipulasi atau dinaik turunkan nilainya.

Pada penelitian ini ada dua variabel bebas serta satu variabel terikat. ke 2 variabel bebas artinya Kualitas Pelayanan serta promosi, dan variabel terikat adalah Loyalitas Pelanggan. Persamaan regresi buat penelitian ini adalah menjadi

berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e_t$$

Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Sugiyono, 2017:77)

Dimana:

Y = Variabel terikat

- a = Nilai konstanta
 $b_{1,2}$ = Nilai koefisien regresi
 X_1 = Variabel bebas pertama
 X_2 = Variabel bebas kedua

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) acapkali diklaim dengan koefisien determinasi majemuk (multiple coefficient of determination) yang hampir sama menggunakan koefisien r^2 . R juga hampir serupa menggunakan r , namun keduanya tidak selaras pada fungsi. R^2 menyebutkan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih berasal 1 variabel X) secara beserta-sama. ad interim itu, r^2 mengukur kebaikan-kebaikan sinkron (goodness-of-fit) asal persamaan regresi, yaitu menyampaikan persentase variasi total dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh hanya 1 variabel bebas (X). Koefisien R ialah koefisien hubungan beragam yang mengukur taraf korelasi antara variabel terikat (Y) dengan seluruh variabel bebas yg mengungkapkan secara beserta-sama serta nilainya selalu positif. Sedangkan koefisien r menyebutkan keeratan korelasi linear pada antara 2 variabel, nilainya dapat negatif serta positif (Sugiyono, 2017:78).

3.9 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis absolut dilakukan sebab kebenaran yg terkandung pada pernyataan hipotesis masih bersifat ad interim. Uji hipotesis sama ialah menggunakan menguji signifikansi koefisien regresi linear berganda secara parsial

maupun secara simultan (Sugiyono, 2017:80). Pengujian hipotesis yang dilakukan akan memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Uji hipotesis merupakan uji dengan menggunakan data sampel.
2. Uji menghasilkan keputusan menolak H_0 atau sebaliknya menerima H_0 .
3. Nilai uji dapat dilihat dengan menggunakan nilai F atau nilai t hitung maupun nilai Sig.
4. Pengambilan kesimpulan dapat pula dilakukan dengan melihat gambar atau kurva, untuk melihat daerah tolak dan daerah terima suatu hipotesis nol.

Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan 2 metode untuk uji hipotesis. Kedua metode adalah uji t dan uji F.

3.9.1 Uji T

Tes ini menunjukkan untuk menguji apakah setiap variabel bebas memiliki dampak kritis pada variabel bawahan menggunakan $\alpha = 0,05$ dan juga penerimaan atau penolakan hipotesis. yang akan terjadi pengujian uji t diketahui dengan cara melihat nilai signifikan t dari setiap variabel pada hasil akibat regresi yang memiliki syarat tingkat signifikansi $0,05$ ($\alpha = 5\%$).

Uji t pada dasarnya tampak seberapa jauh pengaruh variabel ilustratif secara eksklusif dalam menggambarkan keragaman variabel bawahan. Rumusnya adalah:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Rumus 3.3 Uji t}$$

Sumber: (Sugiyono, 2017:78)

Dimana:

t = Nilai t_{hitung} yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t_{tabel}

r = korelasi persial yang ditemukan

Berikut ini langkah-langkah melakukan uji hipotesis menggunakan Uji t:

- 1) Apabila $H_0: b_i = 0$; artinya variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, jika $H_a: b_i \neq 0$; maka variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Tentukan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ atau 5%.

3.9.2 Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat.

Rumus untuk menguji uji F sebagai berikut:

$F_h = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$	Rumus 3.4 Uji F
---	------------------------

Sumber: (Sugiyono, 2017: 80)

Keterangan :

F_h = Besarnya F_{hitung}

n = Jumlah anggota sampel

k = Jumlah variabel independen

R^2 = Koefisien determinasi

Menyebutkan bahwa harga F hitung dibandingkan dengan harga F tabel dengan pembilang = k dan dk penyebut = (n-k-1). Dengan taraf kesalahan ($\alpha = 0,05 / \alpha = 5\%$), dasar pengambilan keputusannya adalah apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$,

maka H_0 ditolak H_1 diterima, maka koefisien relasi ganda yang ditemukan adalah signifikan (Sugiyono, 2017: 83).