

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian kausalitas adalah suatu penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya pengaruh sebab-akibat antar variabel, atau menjelaskan sebab akibat dan mengolah suatu data yang telah dikumpulkan (Sanusi, 2011: 13). Sebagai bentuk penelitian di dalam skripsi ini dengan jenis penelitian survei, peneliti menyurvei beberapa konsumen Store Top 100 Niaga Mas Batam dengan menyebarkan pernyataan tentang harga, kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen dan disis oleh konsumen, dimana peneliti akan menjelaskan tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Top 100 Niaga Mas di Kota Batam.

3.2 Operasional Variabel

Operasional merupakan sebuah konsep agar dapat terukur dengan cara melihat pada dimensi sebagai indikator dari suatu variabel. Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua jenis variabel ditinjau dari aspek hubungan antar variabel yang digunakan untuk penelitian, yaitu variabel independen dan variabel dependen. (Noor, 2013: 97)

3.2.1 Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen. Independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. (Sugiyono (2010: 59)

3.2.1.1 Harga (X1)

Harga merupakan total nilai dalam mata uang yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang dipasarkan (Kasmir, 2017: 191). Indikator harga sebagai berikut (Kasmir, 2017: 191).

1. Untuk bertahan hidup.
2. Untuk memaksimalkan laba.
3. Untuk memperbesar jumlah pelanggan.
4. Mutu produk.
5. Karena pesaing.

3.2.1.2 Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas pelayanan merupakan sejumlah pengalaman yang hanya dapat ditinjau ulang oleh konsumen dan tingkat keunggulan yang diharapkan (Priansa, 2017: 51). Indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut (Priansa, 2017: 56).

1. Bukti langsung (*tangibles*).
2. Keandalan (*reliability*).
3. Daya tanggap (*responsiveness*).
4. Jaminan (*assurance*).

5. Empati (*empathy*).

3.2.2 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipenuhi atau yang menjadi sebab akibat, karena adanya suatu variabel bebas (Sugiyono, 2010: 59). Adapun variabel terikat dalam penelitian ini.

3.2.2.1 Loyalitas Konsumen (Y)

Loyalitas konsumen merupakan komitmen jangka panjang konsumen yang berwujud dalam perilaku dan sikap yang loyal terhadap perusahaan dan produknya, dengan cara mengkonsumsi secara teratur, sehingga perusahaan nya menjadi bagian penting konsumen (Priansa, 2017: 217). Adapun indikator loyalitas konsumen adalah sebagai berikut (Priansa, 2017: 220).

1. Melakukan pembelian secara teratur.
2. Membeli di luar lini produk atau jasa.
3. Merekomendasikan produk lain.
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Harga (X1)	Harga merupakan total nilai dalam mata uang yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang dipasarkan (Kasmir, 2017: 191).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk bertahan hidup. 2. Untuk memaksimalkan laba. 3. Untuk memperbesar jumlah pelanggan. 4. Mutu produk. 5. Karena pesaing. (Kasmir, 2017: 191).	Likert
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan merupakan sejumlah pengalaman yang hanya dapat ditinjau ulang oleh konsumen dan tingkat keunggulan yang diharapkan (Priansa, 2017: 51).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti langsung (tangibles). 2. Keandalan (reliability). 3. Daya tanggap (responsiveness). 4. Jaminan (assurance). 5. Empati (empathy). (Priansa, 2017: 56).	Likert
Loyalitas Konsumen (Y)	Loyalitas konsumen merupakan komitmen jangka panjang konsumen yang berwujud dalam perilaku dan sikap yang loyal terhadap perusahaan dan produknya, dengan cara mengkonsumsi secara teratur, sehingga perusahaannya menjadi bagian penting konsumen (Priansa, 2017: 217).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian secara teratur. 2. Membeli di luar lini produk atau jasa. 3. Merekomendasikan produk lain. 4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing. (Priansa, 2017: 220).	Likert

Sumber: Penelitian 2019.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah area umum secara nyata yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan sifat tertentu yang telah ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian disimpulkan (Sugiyono, 2010: 389). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen Top 100 Niaga Mas di Kota Batam.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah jumlah kecil karakteristik yang ada dari populasi yang digunakan untuk penelitian. Ukuran sampel yang diambil merupakan hal yang perlu apabila peneliti melakukan analisis kuantitatif (Sujarweni, 2018: 105). Mengingat jumlah populasi tidak diketahui jumlahnya, maka menggunakan rumus sebagai berikut.

$$\left(n = \frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right)^2 \quad \text{Rumus 3.1 Populasi tidak diketahui}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

$Z_{\alpha/2}$ = Nilai standar tingkat kepercayaan (α) 95% = 1,96

E = Tingkat ketepatan besarnya error maksimum secara 10%.

Melalui rumus ini, jumlah sampel yang akan diambil sebagai berikut.

$$n = \left(\frac{1,96}{0.10} \right)^2 = 384.16 \rightarrow 385$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang digunakan adalah 384.16 responden, namun dibulatkan menjadi 385 responden.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah pengumpulan sampel yang dilakukan berdasarkan tata cara sampel peluang atau *probability sampling* yaitu teknik sampling untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2013: 91).

3.4 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara tergantung pada instrumen yang digunakan dan sumber datanya, kemudian cara yang dapat dilakukan untuk memperoleh data primer diantaranya melalui kuesioner adalah pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab atau responden dapat memberikan jawaban dengan memberi tanda centang pada salah satu atau beberapa jawaban yang telah disediakan, atau dengan menuliskan jawabannya, selanjutnya data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2013: 137).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, yakni pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner berisi pernyataan mengenai data penelitian pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Top 100 Niaga Mas di Kota Batam.

3.4.2 Alat Pengumpulan Data

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa daftar pertanyaan atau pernyataan (*kuesioner*) yang disebarikan kepada para responden, tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan (*kuesioner*) yang disusun secara cermat terlebih dahulu (Sugiyono, 2013: 142).

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif

Deskriptif adalah statistik yang menjelaskan suatu data yang telah dikumpulkan dan diringkas pada aspek-aspek penting berkaitan dengan data tersebut, dalam statistik inferensi setelah data dikumpulkan selanjutnya dilakukan analisis dengan metode statistik yang berhubungan dengan sifat dan kepentingan datanya, selanjutnya diambil suatu keputusan dan pengambilan kesimpulan dari hasil olahan data tersebut (Sugiyono, 2013: 147).

3.5.2 Uji Kualitas Instrumen

3.5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur (Noor, 2013: 132).

Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi *Product*

Moment yang dapat diperoleh dengan rumus di bawah ini.

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

Rumus 3.2 Koefisiensi Korelasi *Product Moment*

Sumber: (Sanusi, 2011: 77)

Keterangan:

r = Koefisien Kolerasi

X = Skor butir

Y = Skor total butir

N = Jumlah sampel (Responden)

Perhitungan nilai korelasi *Pearson Product Moment* (r hitung) selanjutnya dibandingkan dengan nilai r tabel. Nilai r tabel dihitung untuk $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan ($dk = n-2$) dengan kaidah keputusan sebagai berikut.

1. Jika r hitung > r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid
2. Jika r hitung < r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid

Nilai koefisien korelasi yang digunakan sebagai pedoman untuk memberikan interpretasi yang disajikan dalam tabel.

Tabel 3.2 Interpretasi koefisien korelasi nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2013: 184).

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya pengukur itu digunakan oleh orang dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan, kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap kuesioner stabil dari waktu ke waktu, kemudian pengukuran reliabilitas dilakukan sekali saja dengan program SPSS uji statistik *Cronbach Alpha* (α) (Sanusi, 2011: 81).. Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* atau r hitung $>$ r tabel.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas

Data yang berdistribusi normal artinya data yang mempunyai sebaran yang normal, dengan profil yang dapat dikatakan bisa mewakili populasi, kemudian uji normalitas digunakan untuk mengukur apakah data memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik, jika data tidak berdistribusi normal dapat dipakai statistik non parametrik atau uji normalitas melakukan perbandingan antara data yang dimiliki dengan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama (Sujarweni, 2018: 156). Selanjutnya pengujian terakhir dilakukan melalui uji Kolmogorov Smirnov dengan kriteria pengujian:

1. Jika nilai signifikansi pada Kolmogorov Smirnov $<$ 0.05 maka data tidak menyebar normal.

2. Jika nilai signifikansi pada Kolmogorov Smirnov > 0.05 maka data menyebar normal.

3.5.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen, kemudian mendeteksinya dengan menganalisis nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF), apabila terjadi korelasi, maka terdapat gejala multikolinieritas (Sanusi, 2011: 136). Sedangkan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah melihat nilai *significance (2-tailed)*, selanjutnya pendeteksian terhadap multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari hasil regresi, jika nilainya $VIF > 10$ maka terdapat gejala multikolinieritas yang tinggi.

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi, kemudian prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Jika varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas, model regresi yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, selanjutnya pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode *park gleyser* dengan

melihat nilai probabilitas signifikansi dan grafik *scatter plot* dengan melihat pola penyebaran titik-titik secara acak (Sanusi, 2011: 135). Hasil pengujian *park gleyser* melihat nilai probabilitas dengan signifikansi > nilai alpha 0.05 maka model tidak mengalami heteroskedastisitas.

3.5.4 Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda pada dasarnya pengembangan dari regresi sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas, kemudian regresi linear berganda dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut (Sanusi, 2011: 134).

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

Keterangan:

Y : Loyalitas Konsumen

X1 : Harga

X2 : Kualitas Pelayanan

a : Konstanta

b₁, b₂ : Koefisien regresi

e : Variabel pengganggu

3.5.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir samadengan

koefisien R^2 tetapi keduanya berbeda dalam fungsi (kecuali regresi linear sederhana) (Sanusi, 2011: 136). R menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari satu variabel: X_i ; $i = 1, 2, 3, 4, \dots, k$) secara bersama-sama, sementara itu, R^2 mengukur kebaikan sesuai dari persamaan regresi, yaitu memberikan persentase variasi total dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel bebas (X), sementara R suatu koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat (Y) dengan semua variabel independen yang menjelaskan secara serempak dan nilainya selalu positif. Persamaan regresi linear berganda semakin baik apabila nilai koefisien determinasi (R) semakin besar mendekati 1 dan cenderung meningkat nilainya sejalan dengan peningkatan jumlah variabel.

3.5.4.3 Uji T

Uji signifikansi koefisien regresi secara parsial uji signifikansi terhadap masing-masing koefisien regresi diperlukan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), berkaitan dengan hal ini uji signifikansi secara parsial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian, nilai digunakan untuk pengujian adalah nilai t hitung adalah sebagai berikut (Sanusi, 2011: 138).

1. Membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} yang tersedia pada taraf nyata tertentu misalnya 1%; DF; $(\alpha/2; n - (k+1))$.
2. Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$; maka H_0 diterima.
3. Jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $> t_{tabel}$; maka H_0 ditolak.

3.5.4.4 Uji F

Uji seluruh koefisien regresi secara serempak sering disebut uji model. Nilai digunakan dalam melakukan uji serempak adalah nilai F_{hitung} yang didapat dari rumus yang sudah dijelaskan, karena nilai F_{hitung} berhubungan erat dengan nilai koefisien determinasi (R^2) maka pada saat melakukan uji F, sesungguhnya menguji signifikansi koefisien determinasi (R^2) uji F yang signifikan menunjukkan bahwa variasi variabel terikat dijelaskan sekian persen oleh variabel bebas secara bersama-sama adalah benar-benar nyata, bukan terjadi kebetulan (Sanusi, 2011: 137). Berdasarkan asumsi ini, nilai koefisien determinasi (R^2) dan uji F menentukan baik tidaknya model yang digunakan, maka makin tinggi nilai koefisien determinasi (R^2) dan signifikan maka semakin baik model itu.

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah Top 100 Niaga Mas yang beralamat di kompleks perukoan Niaga Mas No. 08-15, kelurahan Berlian Batam Centre, Kota Batam, Kepulauan Riau-Indonesia.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Tabel 3.3 Jadwal penelitian

Kegiatan	Waktu Kegiatan																				
	Okt 2018				Nov 2018				Des 2018				Jan 2019				Feb 2019				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Pengajuan Judul	■																				
Penyusunan Bab I		■	■																		
Penyusunan Bab II				■	■																
Penyusunan Bab III						■	■														
Penelitian lapangan dan pembuatan kuesioner								■													
Pengumpulan pembuatan kuesioner dan pengolahan data										■	■	■	■	■	■						
Penyusunan Bab IV dan Bab V															■	■					
Pengumpulan Skripsi																		■	■	■	■

Sumber: Penelitian, 2019.