

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian berarti mencari kembali kenyataan yang baru kemudian dikembangkan dan diperluas teori ataupun ilmu tertentu (Fiantika et al., 2022:81). Sesuai dengan jenis data, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif, yang mana penelitian kuantitatif ialah suatu proses menginvestigasi suatu kejadian dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan teknik statistik. Sedangkan penelitian deskriptif ialah penelitian yang memberikan gambaran tentang hasil dari penelitian (Ramdhan, 2021:6). Tujuan dari penelitian deskriptif ini yaitu dengan memberikan penjelasan dan juga validasi tentang kejadian atau masalah yang sedang diteliti (Ramdhan, 2021:7).

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian replikasi, dimana penelitian ini menggunakan variabel, indikator dan alat analisis yang sama dengan penelitian terdahulu tetapi dalam penggunaan objek dan waktu penelitian yang berbeda-beda. Untuk menyangkal atau menguatkan hasil penelitian sebelumnya dapat digunakan sifat penelitian replikasi ini (Loi & Yudhira, 2022:14)

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Tempat penelitian yang peneliti lakukan berada di PT Mega Buana Indah dengan alamat Komp. Graha Mas Blok A No. 14-16, Batam Center, Kota Batam, Kepulauan Riau.

3.3.2 Periode Penelitian

Waktu penelitian berarti waktu yang peneliti lakukan pada riset ini supaya mampu tersusun dan berjalan dengan tepat waktu. Waktu pelaksanaan penelitian ini bermula dari bulan Maret 2023 sampai dengan Juli 2023.

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Kegiatan	Waktu Pelaksanaan (2023)																		
	Maret		April				Mei				Juni				Juli				
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Pengajuan judul	■	■																	
Studi literatur			■	■	■	■													
Penyebaran kuesioner							■	■	■	■									
Pengolahan data										■	■	■	■						
Pembahasan dan kesimpulan dari hasil penelitian													■	■	■	■			
Penyusunan dan penyerahan penelitian																	■	■	
Penyelesaian penelitian																			■

Sumber: Peneliti, 2023

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi diartikan sebagai jumlah seluruh objek ataupun kelompok individu yang ingin digabungkan pada hasil penelitian (Swarjana, 2022:4). Adapun jumlah populasi yang peneliti tentukan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 107 orang yang mana jumlah tersebut yaitu semua karyawan yang bekerja di PT Mega Buana Indah.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel bearti sebagai perkumpulan objek maupun kelompok individu yang dipilih atau ditarik dari jumlah populasi dengan tujuan memperkirakan karakteristik dari jumlah populasi tersebut (Swarjana, 2022:13). Dengan begitu adapun total sampel dari penelitian ini berjumlah 107 orang karyawan PT Mega Buana Indah yang mana jumlah ini sama dengan total populasi.

3.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* yaitu teknik yang dilakukan untuk mengambil sampel dari jumlah populasi yang benar-benar bisa dijadikan sebagai perwakilan pada karakteristik populasi (Mukhadis, 2021:164). Dengan begitu penggunaan teknik *sampling* yang pada riset ini menggunakan *non-probability sampling* atau yang biasanya dikenal sebagai *sampling* jenuh, yang mana *sampling* ini ialah total dari populasi serupa dengan total sampel yaitu sebanyak 107 orang.

3.5 Sumber Data

3.5.1 Sumber Data Primer

Sumber data primer lebih merujuk ke pengumpulan data yang telah dikumpulkan peneliti secara langsung untuk penelitiannya (Ambarwati, 2022:117). Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer yaitu kuesioner yang disebarakan melalui *google form* ke semua karyawan pada PT Mega Buana Indah.

3.5.2 Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder lebih merujuk ke pengumpulan data yang telah dikumpulkan peneliti melalui sumber lain seperti melalui orang lain, dokumen atau buku (Ambarwati, 2022:117). Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder yaitu data total retur penjualan dan data penjualan produk pada PT Mega Buana Indah.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam riset ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Yang dimaksud dengan kuesioner ialah alat yang digunakan dalam mengumpulkan informasi yang berbentuk pernyataan yang kemudian akan dijawab dan diisi oleh responden (Ambarwati, 2022:119). Pernyataan yang peneliti berikan berhubungan dengan judul penelitian. Untuk menghitung respon setuju dan tidak setuju, maka digunakan penilaian yang disebut sebagai skala *likert*. Supaya penelitian kuantitatif dapat terpenuhi, adapun jawaban dari responden diperhitungkan melalui skor seperti berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

Skala Likert	Kode	Score
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber: (Mukhadis, 2021:164)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian dapat diartikan sebagai suatu sifat atau petunjuk yang menjadi fokus perhatian yang mempunyai nilai dan juga dapat memberikan pengaruh. Kemudian operasional variabel ialah sesuatu yang telah ditentukan peneliti yang memiliki variasi untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya (Amirullah, 2022:181). Di dalam penelitian memiliki dua jenis variabel, diantaranya:

3.7.1 Variabel Independen

Jenis variabel ini diartikan sebagai *change agent* atau dengan kata lain faktor yang dapat memberikan penjelasan pada perubahan variabel dependen (Amirullah, 2022:182). Dan yang menjadi variabel independen padariset ini yakni Kualitas Produk (X_1), Promosi (X_2) dan Kepuasan (X_3).

3.7.2 Variabel Dependen

Jenis variabel ini diartikan sebagai suatu tanggapan yang dipengaruhi oleh variabel independen (Amirullah, 2022:182). Dan yang menjadi variabel dependen pada riset ini yakni Loyalitas Pelanggan (Y).

Untuk lebih jelas memahami operasional variabel, dapat diperhatikan tabel seperti berikut:

Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X_1)	Kualitas produk ialah alat yang digunakan dalam penentuan posisi pemasaran karena secara langsung berdampak pada kinerja produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reabilitas 2. Kesan kualitas 3. Daya tahan 4. Kualitas yang dirasakan 5. Estetika 	<i>Likert</i>
Promosi (X_2)	Promosi dapat diartikan sebagai suatu teknik dalam berkomunikasi yang secara penyampaian ataupun penggunaannya melalui media elektronik ataupun media cetak dengan tujuan untuk memikat minat para konsumen pada hasil produksi perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan (<i>Advertising</i>) 2. Pemasaran langsung (<i>Direct marketing</i>) 3. Promosi penjualan (<i>Sales promotion</i>) 4. Hubungan masyarakat (<i>Public relations</i>) 5. Penjualan personal (<i>Personal selling</i>) 	<i>Likert</i>
Kepuasan (X_3)	Kepuasan ialah suatu sikap kecewa atau senang dari seseorang yang muncul setelah dilakukan perbandingan antara pandangan terhadap hasil dari suatu produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selalu membeli produk 2. Akan memberikan rekomendasi kepada orang lain 3. Saat membeli produk 4. Perasaan puas terhadap produk layanannya 	<i>Likert</i>
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas termasuk suatu sikap positif yang memiliki hubungan dengan pelanggan untuk melakukan pembelian kembali secara tetap terhadap suatu produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tetap melakukan pembelian 2. Mengatakan hal yang positif 3. Memberikan referensi kepada temannya 	<i>Likert</i>

Sumber: Peneliti (2023)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis ini menggambarkan data yang akan dibuat oleh sendiri ataupun secara kelompok. Tujuan dilakukan analisis ini yaitu untuk menggambarkan secara rinci data yang akurat tentang hubungan dan fakta antar kejadian yang akan diteliti (Prihatiningsih, 2022:72). Adapun rumus untuk menghitung analisis ini yaitu:

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

Rumus 3.1 Rentang Skala

Sumber: (Prihatiningsih, 2022)

Yang mana:

RS = Rentang Skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban tiap item

RS = $107 (5-1) / 5 = 85,60$

Dari perhitungan rumus diatas, dengan begitu hasil yang didapatkan mampu disusun dalam bentuk tabel seperti berikut:

Tabel 3.4 Rentang Skala

No	Rentang Skala	Penilaian
1	107 - 192,60	Sangat Tidak Setuju
2	192,61 - 278,21	Tidak Setuju
3	278,22 – 363,82	Netral
4	363,83 – 449,43	Setuju
5	449,44 – 535,04	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti, 2023

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Pada pengujian ini memiliki tujuan untuk mengukur seberapa teliti suatu pengujian yang sudah disusun. Pada riset ini pengujian yang akan diukur untuk melihat sah atau tidaknya yaitu dari kuesioner yang sudah dijawab atau diisi oleh para responden. Untuk melihat penilaian sah atau valid maka perlu dilakukan perbandingan antara r tabel dengan r hitung dan nilai *two tailed* memiliki taraf signifikan 0,05 (Darma, 2021:7). Adapun kriterianya dijelaskan seperti dibawah ini:

1. R hitung bernilai lebih besar dari r tabel, dengan begitu pernyataan akan dikatakan sah atau valid, dan begitu juga sebaliknya jikalau,
2. R hitung memiliki nilai lebih kecil dari r tabel, dengan begitu pernyataan akan dikatakan tidak sah atau tidak valid.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Pada pengujian ini memiliki tujuan supaya mengetahui apakah data yang didapatkan dapat diandalkan atau tidak. Pengujian yang digunakan untuk menentukan penilaian dapat terbukti atau tidak yaitu dengan menggunakan *Cronbach Alpha*, yang mana penelitian akan dikatakan terbukti atau tidak, nilai pada *Cronbach Alpha* harus lebih besar atau lebih tinggi dari 0,60 (Darma, 2021:17).

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Pada pengujian ini memiliki bertujuan dalam mengetahui apakah distribusi suatu data mendekati atau mengikuti distribusi normal. Suatu data akan dikatakan baik jika pola pada data tidak meleset ke kanan atau meleset ke kiri atau dengan kata lain berbentuk pola seperti lonceng. Adapun teknik lain yang digunakan untuk mengetahui data dikatakan normal atau tidak yaitu dengan penggunaan *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test* dimana nilai pada *Asymp sig (2-tailed)* harus melebihi dari 0,05 (Darma, 2021:20).

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Pada pengujian ini memiliki tujuan memperhatikan ada atau tidaknya terjadi permasalahan multikolinearitas. Supaya memahami ada atau tidaknya permasalahan multikolinearitas yakni dengan memperhatikan nilai VIF (*Variance Inflation Factory*). Data dapat dikatakan aman jika nilai tersebut melebihi dari angka 10 dan nilai *tolerance* juga harus mendekati angka 1 (Darma, 2021:23)

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Pada pengujian ini bertujuan memperhatikan ada kesamaan atau tidak dari varian melalui satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Untuk menentukan adanya kesamaan atau tidak dari varian yaitu dengan menggunakan Uji *Glejser*. Data akan dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas jika nilai signifikan dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,05. Selain menggunakan uji *Glejser* ini, data yang baik juga dapat dilihat dari model regresi yang berbentuk titik-titik yang melebar secara tidak rata (Darma, 2021:25).

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Pada pengujian ini memiliki tujuan dalam memahami apakah kedua variabel memiliki korelasi yang signifikan secara linear atau tidak. Pengujian ini dikatakan linear berganda dikarenakan jumlah pada variabel bebas pada penelitian ini melebihi dari satu dan variabel bebasnya hanya memiliki satu saja (Ghodang & Hantono, 2020:90). Dibawah ini merupakan rumus persamaan dari pengujian ini:

$$Y^1 = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Ghodang & Hantono, 2020)

Yang mana:

Y : Loyalitas Pelanggan

a : Konstanta

b_1, b_2, b_3 : Koefisien regresi

x_1 : Variabel Kualitas Produk

x_2 : Variabel Promosi

x_3 : Variabel Kepuasan

e : Variabel independen ke-n

3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pada pengujian ini memiliki tujuan untuk menunjukkan ukuran seberapa besar sumbangan variabel independen pada variabel dependen. Kata lainnya, pengujian ini memperlihatkan variasi turun naiknya nilai variabel Y yang diterangkan oleh pengaruh variabel X. Nilai koefisien yang semakin besar ini, garis regresi yang terbentuk, juga akan semakin bagus, begitu juga sebaliknya (Ghodang & Hantono, 2020:94).

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji T

Pada pengujian ini memiliki tujuan untuk melakukan pengujian kepalsuan atau kebenaran dari hipotesis. Atau dengan kata lain penggunaan pengujian untuk menunjukkan ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan atau lebih meyakinkan hipotesis. Pelaksanaan pengujian ini dengan cara melakukan perbandingan nilai pada t tabel dan t hitung, yang mana nilai pada t hitung harus melebihi nilai t tabel. Data akan dikatakan benar jika nilai signifikannya lebih rendah dari 0,05 (Ghodang & Hantono, 2020:97).

3.8.5.2 Uji F

Pada pengujian ini bertujuan untuk melakukan pengujian dari hipotesis gabungan bahwa semua koefisien secara simultan bernilai nol. Penggunaan pengujian ini dengan cara melakukan perbandingan nilai pada F tabel dan F hitung, yang mana nilai pada F hitung harus melebihi F tabel. Data akan dikatakan benar jika nilai signifikan lebih rendah dari 0,05 (Ghodang & Hantono, 2020:101).