

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Siasat yang disiapkan peneliti guna memperoleh data, lalu dipergunakan guna meneliti hipotesis disebut juga desain penelitian. Desain penelitian juga dapat disebut rancangan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan secara kuantitatif dimana penelitian menggunakan metode menguji teori dengan meneliti hubungan antar variabel melalui data berupa angka-angka atau statistik untuk menganalisis data. Penelitian ini menggunakan cara menyebarkan kuesioner pada responden (Gumanti et al., 2016:28).

3.2 Operasional Variabel

Menurut (Narbuko & Achmadi, 2016:118) variabel penelitian ialah suatu objek penelitian mencakup peristiwa atau gejala yang diteliti.

3.2.1 Variabel Independen

Variabel independen yakni variabel variabel bebas, yang mana memengaruhi variabel lain seperti variabel dependen (Narbuko & Achmadi, 2016:119). Variabel independen yang dipakai peneliti ialah X1 Kepercayaan, X2 Kepuasan, X3 Promosi. Variabel independen (X1) penelitian ini, peneliti memberi batasan indikator kepercayaan menurut (Dharma, 2017:351) yakni:

1. *Probability*
2. *Equity*
3. *Reliabilty*

Variabel independen (X2) penelitian ini dilakukan pembatasan indikator kepuasan menurut (Firdaus & Agustin, 2017:3) yakni:

1. Kenyamanan saat berbelanja
2. Kepuasan terhadap karyawan
3. Kepuasan terhadap fasilitas fisik
4. Kemudahan

Variabel independen (X3) penelitian ini dilakukan pembatasan indikator promosi menurut (Anggriana et al., 2017:147) yakni:

1. Iklan produk yang dipertontonkan menarik
2. Gencarnya promosi yang dilaksanakan perusahaan
3. Media promosi yang dipakai bisa memerikan informasi tentang produk

3.2.2 Variabel Dependen

Variabel dependen ialah variabel yang acapkali terpengaruh oleh variabel lain seperti variabel independen (Narbuko & Achmadi, 2016:119). Variabel dependen penelitian ini ialah Y Loyalitas Pelanggan.

Variabel dependen (Y) penelitian ini dilakukan pembatasan indikator loyalitas pelanggan menurut (Laely, 2016:68) yakni:

1. Melaksanakan pembelian secara terjadwal
2. Membeli diluar lini produk/jasa
3. Merekomendasikan ke orang lain

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kepercayaan (X1)	Kepercayaan ialah keinginan orang guna bertopang pada orang lain dimana kita memiliki kepercayaan padanya	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Probability</i> 2. <i>Equity</i> 3. <i>Reliabilty</i> 	Likert
Kepuasan (X2)	Perasaan senang yang lahir dari seseorang karena kebutuhan atau keinginannya bisa terpenuhi, meskipun guna memperolehnya diperlukan suatu usaha atau pengorbanan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan produk yang dipertontonkan menarik 2. Gencarnya promosi yang dilaksanakan perusahaan 3. Media promosi yang dipakai bisa memerikan wawasan tentang produk 	Likert
Promosi (X3)	Sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan produk yang dipertontonkan menarik 2. Gencarnya promosi yang dilaksanakan perusahaan 3. Media promosi yang dipakai bisa memerikan wawasan tentang produk 	Likert
Loyalitas Pelanggan (Y)	Kemauan pelanggan guna berlangganan pada sebuah perusahaan dalam waktu panjang, dengan memakai barang dan jasanya secara terus-menerus dan dengan sukarela merekomendasikannya kepada pihak lain.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melaksanakan pembelian secara terjadwal 2. Membeli diluar lini produk/jasa 3. Merekomendasikan ke orang lain 	Likert

Sumber : Peneliti 2020

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Segolongan orang yang berciri menyerupai di suatu wilayah dan waktu tertentu disebut populasi. keterkaitan dengan keterbatasan dan beberapa alasan, peneliti hanya dapat memutuskan sebagian yang ingin dijabarkan, diramalkan dari populasi tersebut (Sugiyono, 2016:80). Populasi penelitian ini ialah pelanggan PT Weedo Niaga Global Di Kota Batam periode Januari-Juni 2020 sebanyak 169 orang.

3.3.2 Sampel

(Sugiyono, 2016:81) memaknai sampel sebagai instrumen dari akumulasi dan kepribadian yang disandang populasi. Jumlah populasi PT Weedo Niaga Global yakni 169 konsumen. Jumlah populasi pada penelitian ini banyak, peneliti memutuskan rumus slovin agar penelitiannya menjadi lebih mudah.

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = batas toleransi

Dengan mengimplementasikan rumus slovin, perhitungan skala sampelnya yakni :

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

$$n = \frac{169}{1 + (169)(0,05)^2} = 118,80$$

$$n = 119$$

Guna mempermudah peneliti menjalankan tugasnya, maka diimplementasikanya teknik *probability sampling / simple random sampling* (Sugiyono, 2016:82) di mana sampel dipilih dengan acak. Jumlah sampel yang dipilih pada penelitian ini ialah 119 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yakni dengan mencari data primer dan data sekunder. Dalam penelitian, teknologi pengumpulan data sebagai tonggak bagi keberhasilan penelitian, karena misi terpenting dalam penelitian ialah memperoleh data. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan penulis yakni pernyataan yang diutarakan kepada responden berbentuk kuesioner. Kuesioner ialah langkah penghimpunan data dengan memerikan daftar pertanyaan pada responden. Kuesioner mencakup 35 pertanyaan atau pernyataan terbuka dan tertutup yang didistribusikan ke responden melalui tatap muka ataupun internet.

Tabel 3.2 Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat setuju/sangat positif(SS)	5
Setuju/positif(ST)	4
Ragu-ragu/netral(RG)	3
Tidak setuju/negatif(TS)	2
Sangat tidak setuju/sangat negatif(STS)	1

Sumber : (Sunyoto, 2013:132)

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Statistik Deskriptif

Menurut Sudaryono (2019: 362) statistik deskriptif dipergunakan untuk menganalisa data dengan menjabarkan data yang terhimpun atau secara langsung memerikan gambaran obyek yang diteliti melalui sampel atau data keseluruhan. Dalam penelitian ini, analisis data yang dipakai ialah hasil tanggapan kuesioner yang telah didistribusikan pada konsumen PT Weedo Niaga Global, perolehan kuesioner hendak di olah guna menggali data responden.

Kriteria dalam analisis deskriptif dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.3 Kriteria Analisis Deskriptif

Rentang kategori skor/Skala	Nilai Tafsir
1,00 – 1,79	Sangat tidak baik / sangat rendah
1,80 – 2,59	Tidak baik / rendah
2,60 – 3,39	Cukup / sedang
3,40 – 4,19	Baik / tinggi
4,20 – 5,00	Sangat baik/ sangat tinggi

Sumber : (Wibowo, 2012:36)

3.5.2 Uji Kualitas Data

Kemudian memakai uji validitas dan reliabilitas guna menganalisa data yang didapatlam. Penelitian ini memakai kuesioner sebagai tolak ukur penelitian, Jadi mengharuskan dilaksanakan uji validitas dan reliabilitas dari kuesioner yang digunakan.(Wibowo, 2012:34)

3.5.2.1 Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2012: 267) validitas ialah indeks mengukur derajat kesempurnaan sarana. Jika instrumen dipakai sebagai alat ukur yang secara akurat bisa mengukur kondisi narasumber, maka instrument tersebut efektif. Pengujian ini memakai uji dua sisi dengan tingkat signifikansi 0,05. Standar pengujiannya

yakni(Sudaryono, 2019a)(Sudaryono, 2019a)(Sudaryono, 2019a)(Sudaryono, 2019a):

1. Jika $r^{\text{hitung}} > r^{\text{tabel}}$ (uji 2 sisi dengan angka sig. 0,05) maka instrumen atau soal berkorelasi signifikan dengan skor total (pertanyaan tersebut valid).
2. Jika $r^{\text{hitung}} < r^{\text{tabel}}$ (uji 2 sisi dengan angka sig. 0,05) maka instrumen atau soal tidak berkorelasi signifikan dengan skor total (pernyataan tersebut tidak valid).

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2012: 68), pengujian reliabilitas dilaksanakan melewati konsistensi internal, yakni dengan meneliti instrument satu kali, lalu meneliti hasil yang didapati melalui teknik tertentu. Hasil analisis digunakan guna meramalkan reliabilitas instrumen. Suatu instrumen atau jika nilai koefisien reliabel *Cronbach's Alpha* dari variabel tersebut > 0.60 maka variabel diakui reliabel.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas

Lakukan uji normalitas guna menyimpulkan data yang didapatkan berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Model regresi dikatakan baik jika berdistribusi normal. Residu dari distribusi normal membentuk kurva, yang mana jika digambar menjadikan kurva menyerupai lonceng (*bell-shaped curve*). Kita bisa memakai *Histogram Regression Residual* standar, analisis Chi Square serta Nilai Kolmogorov-Smirnov untuk uji normalitas. Jika kondisi terwujud, nilai sisa terstandarisasi diakui normal jika: nilai Kolmogorov-Smirnov $Z < Z^{\text{tabel}}$ atau nilai Sig Probabilitas (2 tailed) $> \alpha$; sig > 0.05 (Wibowo, 2012:61).

3.5.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas guna meneliti model regresi membentuk hubungan antara variable independen atau tidak. Uji Multikolinieritas pengujian memakai *Examination of partial correclation* dilaksanakan dengan memadankan koefisien determinasi total (R^2) dengan nilai koefisien korelasi parsial seluruh variabel independent. Jika koefisien determinasi $R^2 >$ nilai koefisien korelasi parsial semua variabel independen, maka model tersebut tidak didapati gejala multikolinearitas (Wibowo, 2012:87).

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Masalah heteroskedastisitas berarti variabel dalam model yang tak sama terindikasi bervariasi. Fenomena ini dijabarkan karena pada model, varian residual pada penelitian model regresi tidak sama. Dikatakan bahwa model mengandung masalah heteroskedastisitas, artinya variabel dalam model memiliki varian yang berbeda-beda, dan diperlukan uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah gejala tersebut ada. Uji heteroskedastisitas akan digunakan uji *Park Glejser* dengan mengaitkan residual absolut dengan variabel independen. Jika nilai signifikan hasil nilai probabilitas $>$ dari nilai alpha (0.05), maka model tidak mengalami heteroskedastisitas (Wibowo, 2012:93).

3.5.4 Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda lazimnya ialah kelanjutan regresi linear sederhana, yakni dengan menambah jumlah variabel bebas. Model analisis memiliki alat guna mencari hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent*

yakni antara kepercayaan (X1), kepuasan (X2), promosi (X3) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y).

3.5.4.2 Analisis Determinasi (R²)

Analisis ini dipakai guna memperoleh besaran persentase persen (%) pengaruh variabel bebas terhadap variabel tertentu (Wibowo, 2012:135).

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Rumus 3.1 Koefisien Determinasi
(Wibowo, 2012)

Keterangan :

- R² = Koefisien Derminasi
- rx_{y1} = Korelasi variabel x1 dengan y
- rx_{y2} = Korelasi variabel x2 dengan y
- rx₁rx₂ = Korelasi variabel x1 dengan variabel x2

3.5.4.3 Uji T (Uji Parsial)

Lakukan pengujian ini terhadap koefisien regresi (uji parsial) guna meneliti apakah variabel indenpenden berpengaruh terhadap variabel dependen (Wibowo, 2012: 138).

3.5.4.4 Uji-F (Regresi Simultan)

Guna uji F ini menyadari variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Nilai F hitung ini juga dipadankan dengan nilai F tabel dengan dk pembilang (m – 1) dan penyebut (N-1) . Kaidah yang diterapkan dalam uji ini ialah (Wibowo, 2012:138) :

1. H₀ diterima dan H_a ditolak jika F hitung ≤ F tabel

2. H_0 diterima dan H_a diterima jika F hitung $\geq F$ tabel

$$F = \frac{R / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Rumus 3.2 Uji F

Sumber : (Sugiyono, 2012:192)

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian penulis di kota batam dengan toko Weedo Niaga Global yang beralamat Kompleks Gudang 1 (satu) Blok A no.8-9.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Tabel 3.4 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Agus-20	Sep-20	Oct-20	Nov-20	Des-20	Jan-21	Feb-21
Menentukan judul	■						
Penyusunan Bab I		■					
Penyusunan Bab II			■				
Penyusunan Bab III				■			
Penyusunan Bab VI					■		
Kesimpulan dan Saran						■	
Pengumpulan							■