

BAB III

METODE PENLITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan sebuah skema buat seorang pengamat (Sanusi, 2011:13). Dengan demikian desain terlebih dahulu harus disusun sebelum peneliti membuat penelitiannya. Dengan maksud untuk memberikan arahan sebagaimana yang tersistem kepada para peneliti terhadap kegiatan-kegiatan yang perlu dilakukan. Desain penelitian umumnya diletakkan di sisi awalan bab mengenai pembahasan perihal “metode penelitian”. Desain penelitian juga menjelaskan metode penelitian apa saja yang diperlukan, serta digambarkan secara singkat.

Pada penelitian yang sedang dilaksanakan saat ini, penelitian yang dimanfaatkan oleh peneliti adalah penelitian yang bersifat kuantitatif. Metode kuantitatif bisa juga disebut dengan metode tradisional, disebut metode tradisional karena metode ini cukup lama telah digunakan dan akhirnya mentradisi sebagai metode untuk penelitian (Sugiyono, 2016:7). Metode tersebut disebut metode kuantitatif karena data yang tercantum pada penelitian adalah berbentuk angka-angka dan analisis melalui statistik. Metode yang berfilsafah positivisme dapat dipergunakan selama meneliti pada populasi atau sarnpel tertentu serta dipergunakan untuk diteliti dalam penelitian.

Penelitian ini mengambil serta menggunakan penelitian survey dari sampel suatu populasi kemudian menyebarkan kuesioner serta memanfaatkan kuisisioner menjadi bahan untuk mengumpulkan data yang pokok. Pada

penelitian ini, peneliti mencari Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Minimarket Boymart Di Kota Batam.

3.2 Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian umumnya berupa sernua hal yang dapat berwujud apapun yang telah ditentukan oleh peneliti guna untuk dipelajari sehingga mendapatkan informasi perihal tersebut, selanjutnya diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2016:38). Pada penelitian ini terdapat tiga variabel, yaitu dua variabel independen dan satu variabel dependen . Dua variabel independen dari variabel ini yaitu kelengkapan produk (X1) dan kepercayaan (X2), serta variabel dependennya yaitu loyalitas pelanggan (Y). Dalam penelitian ini devinisi operasional variabelnya adalah sebagai berikut:

3.2.1 Variabel Independen (Bebas)

Variabel independen umumnya ikatakan juga sebagai variabel terikat yaitu variabel yang dapat menjadi sebab timbulnya perubahan pada variabel dependen (terikat). Dengan kata lain, variabel independen yaitu variabel yang nilainya dapat memengaruhi variabel lainnya. Pada penelitian ini yang merupakan variabel independen (bebas) yakni kelengkapan produk (X1) dan kepercayaan (X2).

3.2.1.1 Kelengkapan Produk (X1)

Kelengkapan produk merupakan kelengkapan produk yang melibatkan kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat ditoko (Listyawati, 2017:51). Adapun beberapa indikator kelengkapan produk menurut (Sumolang, Tumbel, & Mandagie, 2019:3361) adalah sebagai berikut:

1. Kelengkapan variasi bentuk barang yang ditawarkan.
2. Produk yang ditawarkan merupakan kebutuhan sehari-hari.
3. Produk yang ditawarkan berkualitas.
4. Ketersediaan produk yang dijual.
5. Macam merek yang tersedia.

3.2.1.2 Kepercayaan (X2)

Kepercayaan merupakan suatu hal yang penting bagi sebuah komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti (Dharma, 2017:351). Menurut (Sukma, 2020:37) rnengatakan lima kunci dalam konsep kepercayaan yang dapat dijadikan indikator untuk mengukur kepercayaan, yaitu:

- a. Integritas (*Integrity*), merujuk pada kejujuran.
- b. Kompetensi (*competence*), terkait pada pengetahuan dan keterampilan teknis dan interpersonal yang dimiliki individu.
- c. Konsistensi (*consistency*), berhubungan dengan keandalan, kemampuan memprediksi dan penilaian individu dalam menangani situasi.

- d. Loyalitas (*loyalty*), keinginan untuk melindungi dan menyelamatkan orang lain.
- e. Keterbukaan (*openness*), mengacu pada tiga aspek keterbukaan, dalam komunikasi interpersonal, meliputi:
 - 1) Kesiediaan terhadap pengungkapan diri asalkan pengungkapan tersebut memadai.
 - 2) Kesiediaan untuk beraksi jujur terhadap pesan-pesan orang lain.
 - 3) Memiliki perasaan-perasaan dan pikiran-pikiran yang jernih

3.2.2 Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependen disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen (Sugiyono, 2016: 39). Variabel dependen ialah variabel terikat yang dipengaruhi ataupun bergantung pada nilai variabel lainnya. Dengan kata lain, variabel dependen dipengaruhi oleh variabel bebas atau variabel independen. Dalam penelitian ini, yang merupakan variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan (Y).

3.2.2.1 Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan yaitu di mana pelanggan yang konsisten dalam membeli seluruh anggaran untuk membeli produk di layanan dari penjual yang sama (Tambunan, 2018:42). Adapun indikator Loyalitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut (Indah, 2016: 549):

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur

Loyalitas lebih mengacu pada bentuk kebijakan dari unsur pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian barang atau jasa perusahaan secara terus menerus.

2. Merekomendasikan kepada orang lain

Membawa pelanggan baru untuk perusahaan. Pelanggan yang sudah loyal dengan sukarela merekomendasikan perusahaan kepada rekannya.

3. Menunjukkan kekebalan daya tarik dari pesaing

Tidak sebanding dengan tarikan persaingan perusahaan lainnya.

Secara terperinci, definisi operasional variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Operasional Variabel		
	Definisi operasional	Indikator	Skala
Kelengkapan Produk (X1)	Kelengkapan produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat ditoko.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan variasi bentuk barang yang ditawarkan. 2. Produk yang ditawarkan merupakan kebutuhan sehari-hari. 3. Produk yang ditawarkan berkualitas. 4. Ketersediaan produk yang dijual. 5. Macam merek yang tersedia. 	Likert
Kepercayaan (X2)	Kepercayaan merupakan suatu hal yang penting bagi sebuah komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Integritas (<i>Integrity</i>) 2. Kompetensi (<i>competence</i>) 3. Konsistensi (<i>consistency</i>) 4. Loyalitas (<i>loyalty</i>) 5. Keterbukaan (<i>openness</i>) 	Likert

Tabel 3.1 Operasional Variabel (Lanjutan)

Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan yaitu di mana pelanggan yang konsisten dalam membeli seluruh anggaran untuk membeli produk di layanan dari penjual yang sama.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian ulang secara teratur 2. Merekomendasikan kepada orang lain 3. Menunjukkan kekebalan daya tarik dari pesaing 	Likert
-------------------------	---	--	--------

Sumber: (Listyawati, 2017:51), (Dharma, 2017:531), (Tambunan, 2018:42)

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi ialah kawasan generalisasi yang terbagi dari objek/subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari untuk selanjutnya ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:80). Materi dan pokok sasaran yang diproses dalam populasi ini sebagai unit kajian komponen dalam populasi. Dipenelitian ini tertera populasi sejumlah 162 pelanggan pada bulan Januari 2020.

3.3.2 Sampel

Sampel ialah bagian atas sebuah karakteristik serta jumlah populasi (Sugiyono, 2016:62). Peneliti memilih sampel menggunakan teknik pengambilan sampel atau teknik sampling. Pengambilan sampel yang ada melibatkan teknik sampling yaitu *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah yaitu teknik yang mengambil dengan pertimbangan atas kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Kriteria pada sampel yang digunakan oleh peneliti

yaitu nasabah yang melakukan frekuensi pemakaian sebanyak 1-2 kali dalam setahun.

Berikut dirumuskan persamaan Slovin guna mengambil sampel dari populasi yang ada:

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

Rumus 3. 1 Slovin

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Populasi

e : Tingkat Ketepatan (*presisi*) 5%

Ditentukan oleh peneliti untuk tingkat jenjang kesalahan senilai 5% atau 0,05, maka ditemukan hasil untuk jumlah sampel seperti dibawah ini:

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

$$n = \frac{162}{1 + 162 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{162}{1 + 162 (0,0025)}$$

$$n = \frac{162}{1 + 0,405}$$

$$n = \frac{162}{1,405}$$

$$n = 115,30$$

Berlandaskan hasil kalkulasi diatas, didapatkan sampel dalam penelitian ini sebesar 115,30 responden. maka peneliti membulatkan sampel yang diambil menjadi 116 responden.

3.4 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, data yang terkumpul merupakan data primer serta data sekunder. Asal mula data primer yaitu merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.

1. Data Primer

Pada penelitian ini data primer yang didapat oleh penulis adalah dengan memberikan kuisisioner atau pertanyaan-pertanyaan kepada pelanggan aktif Minimarket Boyamart Di Kota Batam. Berdasarkan kuisisioner yang dibagi pernyataan menyangkut variabel yang penulis teliti.

2. Data Sekunder

Dalam data sekunder, data yang diperoleh merupakan berasal dari pelanggan Minimarket Boyamart Di Kota Batam. Dengan cara menyebarkan kuisisioner teknik pengumpulan data ini dilakukan. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi sebuah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2016:142).

3.4.2 Alat Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, alat yang digunakan peneliti untuk meneliti yaitu dengan menggunakan kuisisioner yang terkumpul berdasarkan dari pertanyaan-pertanyaan maupun pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan masalah penelitian. Pertanyaan yang digunakan merupakan berasal dari indikator-indikator pada variabel tersebut kemudian di uji dengan SPSS Versi 26. Dalam pemberian skor yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan teknik skala Likert. Skala Likert merupakan alat yang dipergunakan untuk memperkirakan sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial, fenomena sosial yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, dan selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2016:93).

Tabel 3. 2 Skala *Likert*

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (ST)	4
3	Ragu-Ragu (R)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2016: 94)

3.5 Metode Analisis Data

Sehabis data dikumpulkan, kemudian akan dilakukan analisis data. Analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul (Sugiyono, 2016:147). Kuisisioner merupakan salah satu cara pengujiannya. Kegiatan dalam analisis data yaitu dengan mengelompokkan data berdasarkan variabel dari keseluruhan responden, menyajikan data variabel yang akan diteliti, dilakukan perhitungan guna menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis setelah diajukan. Data yang

ditampilkan pada statistik deskriptif umumnya berbentuk ukuran pemusatan data (seperti *mean*, *median* serta *modus*), skala penyebaran data (standar desviasi dan variansi), tabel, serta grafik (histogram, pie dan bar).

3.5.1 Analisis Deskriptif

Berdasarkan pendapat dari (Sugiyono, 2016:29) perangkaan deskriptif sama dengan statistik yang bermanfaat guna melakukan penganalisisan data yang memakai penggambaran atau peringkasan data dengan harapan agar mudah dipahami oleh pengguna data yang bersifat umum dan generalisasi. Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi serta perhitungan persentase. Statistik inferensial sama dengan analisis data yang dipakai peneliti agar bisa menaring menyimpulkan populasi.

3.5.2 Uji Kualitas Instrumen

3.5.2.1 Uji Validitas

Seperti yang dikemukakan oleh (Bagus Handoko, 2017:67) Uji validitas sama dengan pengukuran yang ditetapkan dan ketepatan suatu instrumen penyelidikan atau dengan kata lain bahwasan uji ini dikerjakan agar melihat sejauh mana item pertanyaan yang dimanfaatkan menguji model dalam penelitian ini

Menurut teknik perhitungan angka korelasi *Pearson Product Moment* (r hitung) dilanjuti melakukan perbandingan nilai r tabel. Nilai r tabel dihitung

sebagai α sama dengan 0,05 dengan derajat kebebasan ($dk = n-2$) sehingga dirumuskan beberapa acuan pengambilan keputusan yakni:

1. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ disimpulkan pernyataan valid
2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ diartikan pernyataan tidak valid

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Seperti yang dikemukakan oleh (Sugiyono, 2012: 269) dengan memanfaatkan pengujian ini biar menunjukkan penilaian hasil penelitian dan pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dikerjakan ulang lagi lebih dari dua kali. Pengujian ini digunakan biar memudahkan dan mengukur jenjang konsistensi alat ukur. Memanfaatkan batasan 0,6 diputuskan instrumen reliabel atau tidak.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dapat diartikan sebagai pengujian dikerjakan guna mengenal serta mengerti apakah nilai residu (perbedaan yang ada) termasuk dalam penyaluran taksiran yang normal atau tidak. Apabila nilai residu berdistribusi secara normal, maka membantu terbentuknya grafik histogram atau kurva yang menyerupai lonceng atau *bell shaped* (Wibowo, 2012: 61)

Uji normalitas yang dikerjakan oleh peneliti memanfaatkan *histogram regression residual* memiliki standar yang telah ditentukan, *Normal P-Plot of Regression Standardized Residual* yang memiliki kriteria titik-titik tersebar

disekitar garis diagonal yang penyebarannya mengikuti arah garis diagonal dan perlu menghabiskan angka *Kolmogorov-smirnov* yang memiliki kriteria penelitian nilai *Kolmogrov-Smirnov* $Z < Z$ tabel atau angka Asymp. Sig (2 tailed) lebih besar dari α (Wibowo, 2012: 16).

3.5.3.1 Uji Multikolinearitas

Fungsi dari uji multikolinearitas adalah proses menelaah apakah ditemukannya hubungan kolerasi antara variabel bebas didalam suatu model regresi liner berganda. Nilai kolerasi tersebut harus bernilai positif tetapi juga sesuai dengan nilai minimum yang sudah ada. Metode VIF dan Tolerance bertujuan untuk mengetahui indikasi multikolinearitas. Kriteria yang dijadikan pedoman yaitu $VIF < 10$, maka dinyatakan tidak ada indikasi dari multikolinearitas pada variabel bebasnya. Apabila tolerance > 0.1 , dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2013: 168)

3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan guna menguji apakah ada varians yang tidak sama dalam residual dari dalam model regresi. Peneliti mampu melakukan pendeteksian timbul atau tidaknya gejala heteroskedastisitas melalui Grafik Plot dengan cara membuat perbandingan antara nilai asumsi variabel terikat yakni ZPRED dan nilai residual variabel terikat yakni SRESID. Pengujian ini dilakukan melalui tes grafis, dengan kriteria pengambilan keputusan yakni apabila terbentuk suatu pola pada titik yang tersebar dan teratur maka adanya indikasi

heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas tidak terjadi jika titik dapat tersebar merata dibawah maupun diatas angka 0 atau sumbu Y (Ghozali, 2013: 169)

3.5.4 Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Seperti yang dikemukakan oleh (Sanusi, 2011: 134) Regresi linear berganda adalah pegujian dari penambahan jumlah variabel bebas menjadi dua atau lebih untuk diteliti yang pada dasarnya hanya satu pada regresi linear sederhana. Berikut dirumuskan persamaan yang mewakili analisi regresi linear berganda seperti dibawah ini:

$$Y=a+b_1X_1+b_2X_2+e$$

Rumus 3. 2 Regresi Linear Berganda

Keterangan:

Y : Loyalitas Pelanggan

X1 : Kelengkapan Produk

X2 : Kepercayaan

a : Konstanta

b1&b2 : Koefisien Regresi

e : Variabel Pengganggu

3.5.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan pendapat dari (Sanusi, 2011: 136) Koefisien determinasi (R²) atau juga dinamakan sebagai koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient*

of determination) yang tidak berbeda jauh dari koefisien r^2 . Angka menampilkan model yang menjabarkan keadaan faktual. Hal ini ditunjukkan pada *model summary* yaitu output Adjusted R^2 guna mengevaluasi apabila model yang diterapkan pada penelitian ini mengantongi lebih variabel *independent*.

3.5.5 Uji Hipotesis

3.5.5.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji T ini berfungsi guna menginformasikan jika model regresi variabel independent secara parsial atau terpisah memiliki signifikansi pada variabel dependen. Pengaruh Kelengkapan produk, kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan akan di uji dalam penelitian ini. Nilai yang dilihat untuk menentukan hasil pengujian ini ialah nilai t hitung yang didapatkan melalui rumus tertentu (Sanusi, 2011: 146). Berikut tahapan dalam melakukan pengujian ini, antara lain:

1. Membuat hipotesis nol dan hipotesis alternatif guna dijadikan acuan untuk ditemukan jawabannya.
2. Membuat perbandingan antara nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} berdasarkan jumlah sampel yang digunakan dan tingkat kesalahan tertentu
3. Jika t_{hitung} kurang dari atau sama dengan t_{tabel} dengan nilai signifikansi lebih dari atau sama dengan nilai alpha (0,05), dengan demikian disimpulkan bahwa peneliti menerima H_0 dan menolak H_a
4. Jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan t_{tabel} dengan nilai signifikansi kurang dari atau sama dengan nilai alpha (0,05), dengan demikian disimpulkan bahwa peneliti menolak H_0 dan menerima H_a

3.5.3.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan guna menelaah apakah variabel independen secara simultan atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel dependen secara jelas atau hanya samar-samar. Model regresi yang baik dalam menunjukkan pengaruhnya mampu dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) dan uji F yang ditemukan oleh peneliti melalui serangkaian pengujian. Apabila nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan hasil yang mendekati 1, dapat dinyatakan bahwa model regresi tersebut semakin optimal (Sanusi, 2011: 147). Berikut tahapan dalam melakukan pengujian ini, antara lain:

1. Membuat hipotesis nol dan hipotesis alternatif guna dijadikan acuan untuk ditemukan jawabannya.
2. Membuat perbandingan antara nilai f_{hitung} dengan nilai f_{tabel} berdasarkan jumlah sampel yang digunakan dan tingkat kesalahan tertentu
3. Jika f_{hitung} kurang dari atau sama dengan f_{tabel} dengan nilai signifikansi lebih dari atau sama dengan nilai alpha (0,05), ditarik sebuah kesimpulan bahwa peneliti menerima H_0 dan menolak H_a
4. Jika f_{hitung} lebih dari atau sama dengan f_{tabel} dengan nilai signifikansi kurang dari atau sama dengan nilai alpha (0,05), ditarik sebuah kesimpulan bahwa peneliti menolak H_0 dan menerima H_a

3.6 Lokasi Dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang telah ditentukan oleh peneliti guna sebagai tempat pengambilan data ialah Minimarket Boymart yang beralamat di Ruko Aku Tahu Center Blok H no 18-22, Kota Batam, Kepulauan Riau – Indonesia.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Tabel 3. 3 Jadwal penelitian

Kegiatan	Waktu Kegiatan																			
	Sep 2020				Okt 2020				Nov 2020				Des 2020				Jan 2020			
	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									■	■	■	■								
Sebar kuesioner									■	■	■	■								
Pengolahan data													■	■	■	■				
Penyusunan Bab IV & V																	■	■	■	■
Pengumpulan Skripsi																	■	■	■	■

Sumber: Penelitian 2020