BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan "penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent)".[1]

Pendapat lain mengatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan suatu pendekatan yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan dari hasilnya.[2]

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif (hubungan) yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini bentuk hubungannya bersifat sebab akibat (kausal) yaitu hubungan yang bersifat mempengaruhi dua variabel atau lebih. Variabel-variabel yang

---

[1]Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian,* (Bandung: Alfabeta, 2006), hal. 11.

[2]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek,* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 12.

digunakan untuk mengetahui hubungan yang bersifat sebab akibat (kausal) antara variabel independen dengan bersifat sebab akibat (kausal) antara variabel independen dengan variabel dependen ini ialah dengan proses penganalisaan data yang berupa data kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dimana variabel terikatnya (y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel bebas X (X_1, X_2, X_3,...., X_n) yang masih dalam lingkup hubungan linear.

B. Populasi, Sampling, dan Sample penelitian

1. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari individu yang akan diteliti.[3] Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.[4]

Dari penjelasan diatas dapat dikatakan populasi penelitian adalah keselurah obyek yang akan akan diteliti. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen prisma fitness

---

[3]Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi, *Metode Penelitian Survei*,(Jakarta : LP3ES,
1989), hlm. 152.

[4]Muhammad, *Metode Penelitian ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif,* (Yogyakarta :
UPFE-UMY, 2005), hlm. 97.

studio center keptihan Tulungagung yang berjumlah 150.

2. **Sampling**

Tekhnik sampling merupakan tekhnik pengambilan sampel. Dalam tekhnik ini sampling ada 2 macam yaitu probability sampling dan non probability sampling. Probability sampling adalah tekhnik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi tiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel sedangkan non probability sampling adalah tekhnik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.[5]

Didalam penelitian ini peneliti menggunakan non probability sampling dengan tekhnik purposive sampling. Purposive sampling adalah tekhnik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan untuk sampel yang peneliti ambil dalam penelitian ini adalah responden dengan kriteria sebagai berikut :

a. Konsumen member prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagunng.
b. Konsumen non member prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung.

---

[5]Sugiyono, *MetodePenelitian Kombinasi (Mixed Methods),* (Bandung: Alfabeta, 2015),
hal. 121.

3. Sample

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil peneliti dari populasi yang benar-benar mewakili.[6] Sampel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu 49 dengan kriteria penetapan sampel.

C. Sumber data, Variabel, dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti dalam pengumpulan data menggunaka dua cara yaitu :

a. Data primer, yaitu data yang dikumpulkan sendiri secara langsung.

   Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh langsung berupa hasil dari penyebaran kuesioner kepada konsumen prisma fitness Kepatihan Tulungagung.

b. Data sekunder, yaitu data yang dikumpulkan oleh orang atau lembaga lain. Dalam penelitian ini sumber data skunder yang diperoleh peneliti dari catatan yang dimiliki oleh prisma fitness Kepatihan Tulungagung.

2. Variabel Penelitian

[6]Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis,* (Bandung : Alfabeta, 2007), hal. 73.

Variabel adalah suatu sifat atau obyek atau apapun yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulan. Variabel yang peneliti ambil adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (independen)
   a. Bauran pemasaran (X_1), merupakan sekumpulan alat pemasaran yang akan diperluas lebih dalam lagi agar memenuhi target pangsa pasarnya. Adapun indikatornya bauiran pemasaran adalah produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), distribusi (*place*), sarana fisik (*physicalevidence*), orang (*people*), proses (*process*).
   b. Kualitas pelayanan (X_2), merupakan nilai dari kepuasan konsumen. Adapun indikatornya adalah kenampakan fisik (*tangible*), reabilitas (*reability*), responsvitas (*responsiveness*), kompetensi (*competence*), kesopanan (*courtesy*), kreadibilitas (*creadibility*), keamanan (*security*), akses (*acces*), komunikasi (*comuniccation*), pengertian (*understanding the costumer*), akuntyabilitas (*accountability*).
2. Variabel terikat (dependen)

   Loyalitas konsumen (X_3), merupakan kesetiaan konsumen yang selalu mengulang-ulang untuk membeli suatu produk tersebut setelah konsumen mengkonsumsi produk tersebut yang berupa barang atu jasa.

3. Skala pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.[7]

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert dimana Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut variabel penelitian.[8]

Untuk pemberian skor skala likert ini sebagai berikut :

a. Jawaban SS (sangat setuju) diberi skor 5
b. Jawaban S (setuju) diberi skor 4
c. Jawaban N (netral) diberi skor 3
d. Jawaban TS (tidak setuju) diberi skor 2
e. Jawaban STS (sangat tidak setuju) diberi skor 1

D. Tekhnik Pengumpulan Data dan Data Instrumen Penelitian

1. Tekhnik Pengumpulan Data

Tekhnik pengumpulan data dan metodenya adalah dengan cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data.

---

[7]Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis…,* hal. 105.

[8]Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis.....*hal.107.

Tekhnik yang digunakan dalam peneliti ini sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data penelitian yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data-data peneliti tersebut dapat diamati oleh peneliti.[9]

Dalam penelitian ini langkah awal yang dilakukan oleh peneliti adalah melakukan pengamatan pada lokasipenelitian yaitu prisma fitness Kepatihan Tulungagung, kemudian peneliti melakukan pengamatan secara sistematis, pelaksanaannya fokus poada yang ingin diteliti melalui pengamatan yang telah disusun secara rinci berdasarkan kategori masalah yang ingin diteliti.

b. Wawancara

Wawancara merupakan tekhnik pengumpulan data dalam metode survey yang menggunakan beberapa pertanyaan secara lisan kepada pengelola prisma fitness Kepatihan Tulungagung.

c. Kuesioner atau angket

Kuesioner merupakan tekhnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau

---

[9]Burhan Bengin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta : Prenada Media : 2005). hal. 134.

pernyataan tertulis kepada responden.[10] Dalam penelitian ini peneliti dalammencari data dengan menyebar angket yang diisi oleh konsumen prisma fitness Kepatihan Tulungagung, yang diambil sebagai sampel.

d. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu tekhnik pengumpulan data dengan mengumpulkan dan menganalisis dokumen baik tertulis, gambar maupun elektronik.

2. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan mendapatkan hasil yang lebih baik, cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Pada penelitian ini, peneliti menggunan instrumen kuesioner dengan menggunakan likert dengan 5 opsi jawaban.

Tabel 3.1

Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	mlah Butir	nstrumen
Bauran Pemasaran (X_1)	Produk	1	1
	Harga	1	2
	Tempat/distribusi	1	3

[10]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methode),* (Bandung :Alfabeta, 2015), hal. 193.

	Promosi	1	4
	Orang	1	5
	Sarana fisik	1	6
	Proses	1	7
Kualitas Pelayanan (X_2)	Daya tanggap	2	8,9
	Jaminan	2	10,11
	Bukti fisik	2	12,13
	Empati	1	14
	Kehandalan	1	15
Loyalitas Konsumen (Y)	Melakukan pembelian secara teratur	3	16,17,18
	Membeli diluar lini produk/jasa	2	19,20
	Merekomendasikan pada produk lain	2	21,22
	Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing	2	23,24

E. Tekhnik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif analisis data kegiatan setelah data dari keseluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan dan responden, mentabulasi dan berdasarkan variable yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji

hipotesis yang telah di sajikan.[11] Jadi dalam penelitian ini apabila terdapat variabel bebas lebih dari satu maka yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Data yang telah dikumpulkan (data mentah) kemudian diolah. Pengelolahan data dimaksudkan sebagai suatu proses untuk memperoleh data ringkasan dari data mentah dengan menggunakan rumus tertentu. Data ringkasan yang diperoleh dari pengolahan data itu berupa jumlah (*total*), rata-rata (*average*), presentase (*percentage*), sebagainya.[12] Setelah mendapatkan data penelitian berupa jawaban responden atas angka yang dibagikan dikumpulkan, setelah itu dilakukan analisis data menggunakan :

1. **Pengukuran Variabel**

   Pengukuran variabel dalam penelitian adalah dengan membagikan kuesioner atau angket kepada responden yaitu konsumen yang kemudian disusun berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut. Responden yang diteliti kemudian memilih tingkar jawaban yang disediakan oleh peneliti. Beberapa prosedur pengukuran data variabel dengan menggunakan pengelolaan data sebagai berikut :

   a. Editing

      Editing merupakan kegiatan dalam memeriksa data yang

---

[11]Sugiyono, *Metode Penelitian bisnis…,* hal. 142.

[12]Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif),* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), hal. 18.

dilaksanakan setelah peneliti selesai penghimpun data di lapangan. Kegiatan ini menjadi penting karena kenyataannya data yang terhimpun kadangkala belum memenuhi harapan oleh peneliti, ada diantaranya kurang atau terlewatkan tumpang tindih, berlebihan dan terlupakan.

b. Coding

Memberikan tanda kode agar mudah memeriksa jawaban. Dalam penelitian ini adalah kode pada setiap variabel sebagai berikut :

1) Data bauran pemasaran (X_1)
2) Data kualitas pelayanan (X_2)
3) Data loyalitas konsumen (Y)

c. Scoring

Scoring dapat dikatakan kegiatan memberikan angka dan data yang dikuantifikasikan dan menghitungnya untuk jawaban setiap responden. Untuk skor dari jawaban setiap pernyataan ditentukan sesuai dengan tingkat pilihan dari peneliti. Pemberian skor terhadap pemilihan jawaban adalah sebagai berikut :

1) Skor 5 apabila jawaban angket memilih alternatif SS (sangat setuju)
2) Skor 4 apabila jawaban angket memilih alternatif S (setuju)
3) Skor 3 apabila jawaban angket memilih alternatif N (netral)
4) Skor 2 apabila jawaban angket memilih alternatif TS (tidak setuju)

5) Skor 1 apabila jawaban angket memilih alternatif STS (sangat tidak setuju)

d. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis untuk mengolah dan membuat analisis terhadap data sebagai dasar bagian penarikan kesimpulan. Analisis yang dimaksud adalah dengan memberikan perhitungan secara statistik terhadap data yang masuk.

4) Uji Validitas dan reabilitas

a. Uji validitas uji yang digunakan untuk mengetahui kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti, sehingga terdapat data yang valid. Data dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Suharmisi Arikunto mengatakan uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukan tingkat-tingkat kevalidan dan keabsahan suatu instrumen. Instruen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat.[13]

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen tersebut dapat dipercaya

[13]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hal. 144-145.

untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik.

Untuk memperoleh indeks reliabilitas soal dapat menggunakan pengukuran one shot yaitu pengukurang hanya sekali yang hasilnya dapat dibandingkan dengan lain.

Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach* 0 sampai 1.[14]

Jika skala itu dikelompokkan dalam lima kelas dengan range yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterprestasikan sebagai berikut :

1. Nilai alpha cronboach 0,00 s,d 0,20, berarti kurang reliabel
2. Nilai alpha cronboach 0,21 s,d 0,40, berarti agak reliabel
3. Nilai alpha cronboach 0,41 s,d 0,40, berarti cukup reliabel
4. Nilai alpha cronboach 0,61 s,d 0,80, berarti reliabel
5. Nilai alpha cronboach 0,81 s,d 1,00, berarti sangat reliabel

5) Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik adalah uji yang digunakan untuk mengetahui model regresi layak dipakai atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Uji tersebut adalah :

---

[14]Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik,* (Jakarta : Prestasi Pustaka, 2009), hal. 97.

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan yang bertujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Agus Eko Sujianto mengatakan uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik.[15]

b. Uji multikolinearitas

Multikolinearitas adalah hubungan adanya linear yang sempurna diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari regresi. Metode ini digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam penelitian menggunakantolerance dan variance inflation factor (VIF). Uji ini bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas/ independen.[16]

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedasitisitas digunakan dalam menguji apakah dalam regresi terjadi kesamaan varian nilai residual atau pengamatan yang lain. Model regresi yang baik itu adalah yang

[15]Ibid.… hal. 77.

[16]Ibid.… hal. 77.

heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam pendeteksian ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model penguji melakukan dengan melihat scatter plot dengan dasar analisis sebagai berikut :[17]

1) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik atau poin yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas.
2) Apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

6) Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas.[18] Setelah terdapat data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan dan dikumpulkan selanjutnya yang dilakukan adalah menganalisis data dengan berpedoman pada analisis regresi berganda sebagai berikut :

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

Keterangan :

---

[17] Imam Ghozali, *aplikasi analisis multivariate dengan progam IBM spss 19*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hal. 91.

[18] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik…* hal. 56.

Y = Variabel loyalitas konsumen

a = Bilangan konstanta

$b_1 b_2$ = Koefisien variabel

X_1 = Variabel bauran pemasaran

X_2 = Variabel kualitas pelayanan

e = *error of term*

7) Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu pernyataan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian sebagai suatu taksiran keadaan populasi melalui data sampel.[19]Untuk menguji hipotesis menggunakan tingkat signifikansi ditentukan dengan α = 5%. Dapat dengan cara lain yaitu uji t. Uji t adalah dengan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan yang meyakinkan dari dua mean sampel.[20] Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara sama-sama (simultan) terhadap variabel dependen digunakan adalah anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

---

[19]Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)....* hal.56.

[20]Hartono, *SPSS 16,0 Analisis Data Statistika dan Penelitian* , (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2008), hal. 146.

a. Uji T-test

Untuk mengetahui apakah bauran pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung.

a) Apabila t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka H_0 diterima, artinya masing-masing bauran pemasaran dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung.

b) Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0ditolak dan H_1 diterima, artinya masing-masing variabel bauran pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung.

b. Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel bauran pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung.

1) Jika F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka keputusannya menerima hipotesis nol (H_0), artinya variabel bauran pemasaran dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh

secara parsial terhadap loyalitas pada konsumen prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung.

Jika F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka keputusannya menerima hipotesis nol (H_0), dan menerima hipotesis alternatif (H_1), artinya

2) Variabel bauran pemasaran dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pada konsumen prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung.

8) Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.[21]

Koefisien determinasi pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen atau terikat. Nilai koefisiensi determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua

[21]Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21, Edisi 7,* (Semarang : Universitas Diponegoro, 2013), hal. 83.

informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Rumus yang digunakan adalah :

$R^2 = (r^2)$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi