

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas pada awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Definisi lain dari penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran data tersebut, dan pemaparan dari hasilnya. Pada penelitian ini terdapat pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel dengan menggunakan angka dan analisis data.

Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif bisa diartikan sebagai metode penelitian pada filsafat positivism, yang digunakan untuk meneliti pada populasi ataupun sampel tertentu. Dalam penelitian ini sangat menerapkan prinsip objektivitas yang diperoleh antara lain melalui penggunaan instrument yang telah diuji validitas dan reabilitasnya.⁴² Pengambilan sampel dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

⁴² Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015), hlm.18

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk pada jenis penelitian asosiatif, dimana memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel ataupun lebih. Jika yang dianalisis hubungan antar variabel maka disebut penelitian korelasional, dan jika penelitian tersebut menganalisis pengaruh antar variabel, maka disebut penelitian kausal.⁴³ Sesuai judul penelitian, maka peneliti akan menganalisis apakah harga, kualitas pelayanan, dan atribut produk mempengaruhi loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court, Kabupaten Tulungagung.

B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulan.⁴⁴

Adapun populasi yang ada dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court, Kabupaten Tulungagung yang sudah melakukan pembelian minimal sebanyak 2 kali. Dimana ketika konsumen melakukan pembelian minimal 2 kali atau lebih termasuk dalam kategori konsumen yang loyal atau sering melakukan pembelian Batagor & Siomay Shakila.

⁴³ Kris Timotius, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta : CV.Andi Offset, 2017),hlm.16

⁴⁴ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020), hlm. 11

2. Sampling

Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan menggunakan teknik accidental sampling. Dilakukan dengan pengambilan sampling secara kebetulan terhadap siapa saja yang ditemui, dengan pertimbangan bahwa responden tersebut cocok diambil sebagai sampel untuk penelitian ini. Pertimbangan dalam penelitian ini adalah dengan memilih responden yang merupakan konsumen Batagor & Siomay Shakila yang telah melakukan pembelian minimal 2 kali, dimana konsumen tersebut berarti sudah loyal dan sering melakukan pembelian.

3. Sampel

Sampel adalah bagian yang memberikan gambaran umum dari populasi, dimana sampel yang digunakan bisa mewakili populasi yang diamati. Menurut Sugiyono (2010) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁴⁵

Sampel pada penelitian ditentukan dari siapa saja konsumen yang bertemu dengan peneliti ketika melakukan pembelian Batagor & Siomay Shakila yang ada di Asia Food Court, Kabupaten Tulungagung dan dirasa sesuai untuk dijadikan sumber data untuk penelitian ini. Untuk mewakili populasi, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Batagor & Siomay Shakila pada 3 bulan terakhir dengan jumlah 3600 konsumen. Rumus yang digunakan untuk menentukan jumlahnya sampel dengan menggunakan rumus Slovin. Karena

⁴⁵ *Ibid.*, hlm.12

penggunaan rumus Slovin dinilai mudah serta praktis, maka telah banyak peneliti yang menggunakan pendekatan rumus Slovin tingkat kesalahan sampel sebesar 10%, yaitu sebagai berikut ⁴⁶:

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

E = Perkiraan Tingkat Kesalahan (10% atau 0,1)

Jika dihitung dengan rumus Slovin adalah :

$$n = \frac{3600}{1 + 3600 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{3600}{1+3600(0,01)}$$

$$n = \frac{3600}{37} = 97,29 \text{ dibulatkan menjadi } 97$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa jumlah sampel untuk penelitian ini adalah 97 orang. Namun untuk mempermudah penelitian, maka diambil jumlah sampel sebanyak 100 responden.

⁴⁶ *Ibid.*, hlm.13

C. Sumber Data, Variabel , dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode pengumpulan data yang berupa survei ataupun observasi.⁴⁷ Data ini menjadi sumber data utama yang menghasilkan data dalam penelitian ini. Atau biasa disebut dengan data mentah yang diperoleh, yaitu berupa hasil wawancara dengan pemilik usaha terkait profil usaha dan hasil pengisian kuesioner oleh para responden konsumen Batagor & Siomay Shakila yang ada di Asia Food Court, Kabupaten Tulungagung.

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber data kedua setelah data primer, baik berupa orang ataupun catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Data sekunder bisa diperoleh dengan cara berkunjung ke perpustakaan, pusat kajian, pusat arsip atau melalui bahan bacaan buku, majalah dan lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.⁴⁸

⁴⁷ Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta : PT.Grasindo, 2005), hlm.168

⁴⁸ Roni Habibi dan Riri Karnovi, *Tutorial Membuat Aplikasi Sistem Monitoring dan Evaluasi Pekerjaan*, (Bandung : Kreatif Industri Nusantara, 2020), hlm.78

2. Variabel

Variabel yang ditetapkan untuk diambil kesimpulan pada penelitian ini adalah :

- a. Variabel Bebas (*Independent Variable*) adalah variabel yang menjadi penyebab perubahan atau mempengaruhi variabel terikat baik secara positif atau negatif. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan Atribut Produk (X_3).
- b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam penelitian.. Variabel terikat merupakan variabel yang disebabkan atau dipengaruhi variabel lainnya.⁴⁹ Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu loyalitas konsumen (Y_1)

3. Skala Pengukuran

Skala Pengukuran merupakan hal yang perlu dimiliki ketika hendak melakukan pengolahan data dan akan dijadikan sebagai acuan yang digunakan dalam mengukur variabel penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran berupa kuesioner atau angket yang disebarkan kepada responden. Kuesioner menurut Sonny Harsono adalah suatu teknik pengumpulan data yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang disusun untuk diajukan kepada responden. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data secara tertulis dari para responden untuk ditetapkan sebagai sampel. Kuesioner dalam penelitian ini telah dilengkapi alternative jawaban dan responden bisa memilihnya. Dimana

⁴⁹ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian...*, hlm. 22

terdapat skor pada skala likert dan responden bisa memberikan tanda *checklist* pada kolom jawaban yang ada dalam angket.⁵⁰

Berikut adalah pemberian skor pada skala likert :

- a) Jawaban SS diberi skor 5
- b) Jawaban S diberi skor 4
- c) Jawaban RR diberi skor 3
- d) Jawaban TS diberi skor 2
- e) Jawaban STS diberi skor 1

D. Teknik Pengumpulan data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Ada beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini agar bisa memperoleh data yang lengkap, yaitu sebagai berikut :

a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner berisi daftar pertanyaan yang akan diberikan kepada responden (konsumen) untuk diisi. Teknik ini lebih efisien untuk dijadikan alat pengumpulan data dimana peneliti telah mengetahui secara pasti variabel yang akan diukur, dan mengetahui apa yang diharapkan dari responden. Kuesioner bertujuan agar bisa memperoleh data tentang harga, kualitas pelayanan, atribut produk dan loyalitas konsumen.

⁵⁰Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Penerbit Deepublish Grup Penerbitan CV Budi Utama,2018), hlm.26

b. Dokumentasi

Teknik ini digunakan agar memperoleh data data yang diperlukan berupa dokumentasi atau catatan dalam penelitian. Dilakukan dengan mengamati dan menganalisis kumpulan dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau orang lain mengenai subjek.

c. Wawancara

Teknik wawancara dilakukan melalui Tanya jawab secara lisan kepada satu orang atau lebih untuk memperoleh informasi terkait data-data yang diperlukan, sehingga dapat diperoleh informasi yang mendukung penelitian ini. Wawancara diajukan kepada pemilik usaha untuk mengetahui latar belakang serta profil usaha kuliner Batagor & Siomay Shakila.

d. Observasi

Peneliti menggunakan teknik observasi untuk mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara sistematis terkait fenomena-fenomena pada objek yang diteliti sesuai dengan kategori masalah dalam penelitian ini.

2. Instrumen Penelitian

Menyusun Instrumen yang ada dalam penelitian ini berupa angket/kuesioner yang digunakan sebagai media pengumpulan data yang diperlukan agar lebih sistematis dan mempermudah dalam pengolahan data. Intrumen penelitian ini akan diuraikan pada mapping berikut ini:

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan	No. Item
Harga (X_1) ⁵¹	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	-Harga sesuai dengan porsi dan kualitas produk yang disajikan. -Harga sesuai dengan daftar menu yang telah disediakan	1-2
	Kesesuaian harga dengan manfaat produk	-Konsumen memperoleh manfaat hemat waktu karena tidak perlu memasak dan sebanding dengan hargayang dibayarkan. -Konsumen memperoleh manfaat menikmati menu sehat dan bergizi yang sebanding dengan harga yang dibayarkan.	3-4
	Harga mempengaruhi daya beli konsumen	-Harga menu yang berlaku membuat para konsumen ingin membeli lagi dilain waktu -Adanya potongan harga jika melakukan pembelian dalam porsi banyak.	5-6
	Daya Saing Harga	-Menawarkan produknya dengan harga yang lebih ekonomis dan sesuai kemampuan konsumen. -Harga yang ditawarkan dapat diterima konsumen.	7-8
Kualitas Pelayanan (X_2) ⁵²	Keandalan (<i>Reability</i>)	-Pemilik usaha Batagor & Siomay Shakila membuka usaha sesuai jam operasional yang ditentukan. - Karyawan Batagor & Siomay Shakila selalu menghitung jumlah pembayaran dengan benar.	9-10
	Daya Tanggap (<i>Responsivinesess</i>)	-Karyawan di Batagor & Siomay Shakila selalu melayani konsumen dengan cepat dan tanggap. -Karyawan di Batagor & Siomay Shakila merespon kritik ataupun saran dari konsumennya dengan baik.	11-12
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	-Para konsumen memiliki rasa percaya terhadap usaha Batagor & Siomay Shakila. -Para konsumen merasa aman ketika mengkonsumsi semua menu yang ada.	13-14

⁵¹ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran...*, hlm. 266

⁵² Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan...*, hlm.66

	Empati (<i>Emphaty</i>)	-Karyawan selalu peduli terhadap para konsumen dan memberikan pelayanan dengan sepenuh hati.	15
	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	-Batagor & Siomay Shakila memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau.	16
Atribut Produk (X_3) ⁵³	Kualitas Produk	-Menu-menu yang ada di Batagor & Siomay Shakila memiliki cita rasa yang khas. -Menu-menu yang disajikan dibuat dengan bahan-bahan fresh dan berkualitas.	17-18
	Fitur Produk	-Di Batagor & Siomay Shakila menyediakan beberapa macam pilihan menu makanan dan minuman	19
	Gaya dan Desain Produk	Menu Di Batagor & Siomay Shakila disajikan dengan bersih, rapi, dan menarik.	20
	Merek	Konsumen merasa suka mengkonsumsi menu dengan merek Batagor & Siomay Shakila	21
	Kemasan	Menggunakan kemasan yang aman sebagai tempat makanan atau minumannya	22
	Label	Label pada kemasan sangat menarik dan semua menu yang dijual terjamin halal.	23
	Pelayanan Pendukung	Mempermudah pembelian konsumen dengan menyediakan pemesanan melalui pesan atau aplikasi grabfood.	24
Loyalitas Konsumen (Y_1) ⁵⁴	Melakukan Pembelian ulang secara teratur	-Saya akan melakukan pembelian ulang di Batagor & Siomay Shakila -Saya tidak beralih ke tempat makan lain selain Batagor & Siomay Shakila.	25-26
	Membeli diluar lini produk atau jasa	-Saya akan membeli berbagai menu makanan yang ada di Batagor & Siomay Shakila. -Saya akan membeli berbagai menu minuman yang ada di Batagor & Siomay Shakila.	27-28

⁵³ Anang Firmansyah, Pemasaran Produk dan Merk, (Surabaya : CV Qiara Media, 2019), hlm.16

⁵⁴ Andrian Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa...*, hlm.87

	Merekomendasikan produk kepada orang lain	-Saya akan menyarankan kepada orang lain untuk menjadi konsumen Batagor & Siomay Shakila -Saya memberitahu orang lain kalau menu yang ada di Batagor & Siomay Shakila memiliki rasa yang enak.	29-30
	Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis pesaing	-Saya akan berlangganan di Batagor & Siomay Shakila meskipun banyak tempat makan yang menawarkan keistimewaan lain. -Saya merasa nyaman dengan pelayanan di Batagor & Siomay Shakila sehingga saya tidak mau berpindah ke tempat lain.	31-32

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan cara atau tahapan yang digunakan untuk mengolah data yang telah terkumpul melalui angket atau kuesioner yang telah disebarakan, agar bisa menjawab rumusan masalah untuk tercapainya tujuan dalam penelitian ini. Adapun tahapannya adalah :

1. Uji Keabsahan

a) Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan valid atau tidaknya suatu instrument penelitian. Instrumen bisa dikatakan valid apabila instrument tersebut bisa digunakan untuk mengukur apa yang akan diukur. Uji validitas ini perlu dilakukan pada suatu instrumen penelitian kuesioner dengan tujuan menghindari pertanyaan yang kurang jelas, dan mengetahui bahwa instrumen yang digunakan sudah layak untuk digunakan pada penelitian selanjutnya. Dengan kata lain, uji ini mengukur sejauh mana ketepatan suatu alat ukur untuk bisa melakukan fungsi ukurnya.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kestabilan atau konsistensi data, dan memastikan apakah data yang diambil sudah konsisten atau belum. Instrumen akan dikatakan reliabel jika menunjukkan hasil pengukuran yang sama dari instrument yang digunakan secara berulang. Dan ketika data sudah konsisten maka bisa dilakukan uji selanjutnya.⁵⁵

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui data dari populasi yang memiliki sebaran normal. Suatu data yang dikumpulkan dan bisa dikatakan baik jika memiliki pola distribusi normal.⁵⁶ Dimana dalam uji normalitas apabila angka signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut dikatakan berdistribusi normal, dan jika angka signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada atau tidaknya kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen tersebut bisa menimbulkan korelasi yang sangat kuat. Uji ini juga dilakukan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel

⁵⁵ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian...*, hlm. 64

⁵⁶ Ali Maulidi, *Teknik Belajar Statistik 2*, (Rawamangun : Alim's Publishing, 2016), hlm. 265

dependen. Jika VIF yang dihasilkan antara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas V.⁵⁷

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji adanya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lain. Jika variance residual periode pengamatan ke periode pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Yang mana cara untuk memprediksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model bisa dilakukan dengan melihat pola pada gambar Scatterplot. Regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0 , titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik data tidak berpola.⁵⁸

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana ketergantungan variabel terikat (Y) dengan satu ataupun lebih variabel bebas (X), yang bertujuan memperkirakan nilai rata-rata dari variabel terikat apabila variabel yang menerangkan sudah diketahui, dan dalam analisis ini meramalkan rata-rata variabel Y melalui variabel X.⁵⁹

⁵⁷ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press 2019), hlm.188

⁵⁸ *Ibid.*, hlm.180

⁵⁹ Fajri Ismail, *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Penelitian*, (Jakarta:Perdana Media Grup,2018), hlm.374

4. Uji Hipotesis

a) Uji T (Uji Koefisien Regresi Parsial)

Uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

Taraf signifikansi 5 %

H_0 : tidak ada pengaruh antara variabel x terhadap variabel y

H_a : ada pengaruh antara variabel x terhadap variabel y

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak. Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis (Uji T) menguji pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan atribut produk secara parsial atau terpisah terhadap loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila yang ada di Asia Food Court, Kabupaten Tulungagung.

b) Uji F (Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-Sama)

Uji F digunakan untuk mengetahui kelayakan data. Kaidah pengambilan keputusan dalam uji F adalah ⁶⁰:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Atau

Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak H_a diterima

Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

⁶⁰ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis...*, hlm.181

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen yaitu harga ,kualitas pelayanan, dan atribut produk secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen yaitu loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila yang ada di Asia Food Court, Kabupaten Tulungagung.

5. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Jika koefisien determinasi sama dengan nol, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika besarnya koefisien determinasi mendekati angka 1, maka variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan model ini, maka kesalahan pengganggu diusahakan minimum R^2 mendekati 1, sehingga perkiraan regresi akan lebih mendekati keadaan yang sebenarnya.⁶¹

⁶¹ *Ibid.*, hlm.182