

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengertian dari metode kuantitatif adalah metode penelitian yang didasari pada filsafat positivisme, metode ini digunakan untuk meneliti instrument penelitian, analisis data sifatnya kuantitatif, dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁵¹

2. Jenis Pendekatan

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *asosiatif*. Penelitian *asosiatif* adalah penelitian yang mempunyai tujuan untuk mencari hubungan dua variabel atau lebih.⁵² Dimana didalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, *brand image*, dan promosi terhadap loyalitas konsumen kedai kopi onderan kota di Tulungagung.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm.11

⁵² P.Ratu Ile Tokan, *Manajemen Penelitian Guru*, (Jakarta:Grasindo, 2016), hlm.10

B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi berasal dari kata bahasa Inggris *population*, yang berarti jumlah penduduk. Populasi merupakan lingkungan dari suatu subjek atau obyek yang didalamnya terdapat suatu karakteristik tertentu yang akan dipelajari dan ditarik kesimpulannya oleh peneliti.⁵³ Dalam metode penelitian kata populasi sangat populer, digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian.⁵⁴

Populasi dalam penelitian ini meliputi pengunjung kedai kopi onderan kota di Tulungagung.

2. Sampling

Sampling merupakan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel tergolong *non probability sampling* dengan teknik *sampling Insidental*. *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁵⁵ Metode ini menggunakan kriteria yang telah dipilih oleh peneliti dalam memilih sampel.⁵⁶ Kriteria responden yang diambil

⁵³ Dominikus Doler Unradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Grafindo, 2019), hlm.110

⁵⁴ Burhan Bangin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Kencana, 2017), hlm. 109

⁵⁵ Bilson Simamora, *Riset Pemasaran: Falsafah, Teori, dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2004), hlm. 222

⁵⁶ *Ibid.*, hlm. 37

untuk digunakan sebagai sampel yaitu : Responden pernah mengunjungi kedai kopi onderan kota Tulungagung minimal satu bulan sekali.

3. Sampel penelitian

Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil untuk dijadikan sebagai sumber data dan menjadi perwakilan dari seluruh populasi⁵⁷. Penelitian tidak mengetahui berapa jumlah pelanggan yang mengunjungi Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung. Penggunaan rumus Lemeshow untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini. Rumus tersebut digunakan dikarenakan jumlah dari populasi tidak diketahui. Dibawah ini rumusnya.

$$n = \frac{z_1^2 \cdot \omega/2P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan = 95% = 1,96

p = maksimal estimasi. Nilai p selalu dalam kisaran antara 0 - ~ maka

besar p (1-p) dapat dicari sebagai berikut:

juka $p = p(1-p)$

$p = p - p^2$

p maksimum jika,

$$\frac{dp}{dp} = 0$$

⁵⁷ Dominikus Doler Unradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Grafindo, 2019), hlm.112

$$1 - 2p = 0$$

$$p = 0,5$$

d = tingkat kesalahan. Tingkat kesalahan pada penelitian ini yaitu 10%
= 0,10

Melalui rumus yang sesuai diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{z_1^2 \cdot p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Untuk memberikan kemudahan dalam melakukan penelitian maka sampel yang diambil sebanyak 100 orang. Jumlah responden sebanyak 100 orang tersebut dianggap sudah representative karena sudah lebih besar dari batas minimal sampel.

4. Sumber Data dan Variabel Penelitian

1. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah kuisioner yang akan peneliti bagikan kepada pengunjung Kedai Kopi Onderan Kota di Tulungagung.

2. Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah fokus dari penelitian yang berupa objek penelitian.⁵⁸ Berikut variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

a) Variabel Bebas (*independent variable*)

Independent Variabel adalah objek penelitian yang memiliki pengaruh atau biasa disebut menjadi sebab kemunculan dependent variabel. Yang menjadi variabel *independent* pada penelitian ini adalah gaya hidup, *brand image*, dan promosi.

b) Variabel Terikat (*dependent variable*)

Dependent variabel adalah objek dari penelitian yang mendapatkan pengaruh *independen variable*.⁵⁹ yang menjadi *dependent variable* dalam penelitian ini yaitu loyalitas konsumen.

⁵⁸ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian kuantitatif*, (Yogyakarta: CV BudiUtama, 2019) hlm.46

⁵⁹ *Ibid.*, hlm. 47

C. Skala pengukuran

Skala pengukuran adalah penentuan atau penetapan skala atas suatu variabel berdasarkan jenis data yang melekat dalam variabel penelitian. Skala pengukuran merupakan acuan atau pedoman untuk menentukan alat ukur demi memperoleh hasil data kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁶⁰ Untuk mengukur skor skala *likert* adalah sebagai berikut:

Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran berupa skala likert yang berhubungan dengan pertanyaan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu⁶¹. Dalam menjawab, responden diberikan pilihan menggunakan lima alternatif yang disediakan, yaitu:

- | | | |
|--------|-----------------------|--------|
| 1. SS | = Sangat Setuju | Skor 5 |
| 2. S | = Setuju | Skor 4 |
| 3. N | = Netral | Skor 3 |
| 4. TS | = Tidak Setuju | Skor 2 |
| 5. STS | = Sangat Tidak Setuju | Skor 1 |

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner (angket) adalah informasi yang dikumpulkan melalui pertanyaan yang tertera pada lembar kertas untuk dijawab secara tertulis

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 21007), hlm. 86

⁶¹ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Ed. 2. Cet 13*, (Jakarta: Rajawali Pers: 2014), hlm 70

oleh responden.⁶² Metode kuesioner terbuka akan digunakan untuk mendapatkan data bahan penelitian.

2. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan dalam metode pengambilan data oleh peneliti untuk menganalisa hasil penelitian yang dilakukan pada langkah penelitian selanjutnya.⁶³ Untuk menganalisis instrument penelitian sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan suatu instrument penelitian. Instrumen dikatakan valid jika instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Pengambil keputusan pada uji validitas adalah :

- a. Apabila r hitung $>$ r table dan bernilai positif, maka indikator tersebut dinyatakan valid.
- b. Sebaliknya, apabila r hitung $<$ r tabel atau bernilai negative, maka indikator tersebut dinyatakan tidak valid,⁶⁴

2. Uji Reabilitas

Penggunaan uji reabilitas dalam penelitian ini tujuannya adalah menguji kepercayaan dan hasil pengukuran pada penelitian. Suatu

⁶² Mamik, *Metodologi Kualitatif*, (Sidoarjo : Zifatama Publisher, 2015), hlm. 119

⁶³ Dhian Tyas Untari, *Metodologi Penelitian : Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis*, (Banyumas : CV. Pena Persada, 2018), hlm. 40

⁶⁴ Aziz Alimul hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas Realibilitas*, (Surabaya:Health Book Publishing), hlm, 11

kuisisioner dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu⁶⁵.

Untuk pengujian reabilitas dapat mengacu pada nilai Cronbach Alpha (α) dimana variable dinyatakan reliabel apabila memiliki Cronbach Alpha (α) $>0,60$ ⁶⁶, untuk mempermudah uji reabilitas dapat menggunakan SPSS.

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan	No item	Referensi
Gaya hidup X1	Activity	Ngopi merupakan kegiatan yang dilakukan di waktu luang.	X _{1.1}	Philip Kotler dan Gary Amstrong, <i>Prinsip-Prinsip Pemasaran</i> , (Jakarta, Erlangga, 2008)
		Kedai kopi onderan kota sebagai tempat ngopi	X _{1.2}	
	Interest	Menu di kedai kopi onderan kota enak dan terjangkau	X _{1.3}	
		Lokasi kedai kopi onderan kota strategis dekat dengan pusat kota	X _{1.4}	
		Tempatnya menarik dan <i>instagramable</i>	X _{1.5}	
		Pelayanan di kedai kopi onderan ramah	X _{1.6}	

⁶⁵ Hironymus Ghodang dan Hantono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar dan Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS)*, (Medan: PT Penerbit Mitra Grub, 2020), hlm. 101

⁶⁶ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang manajemen, Teknik Pendidikan dan Eksperime*, (Yogyakarta: Depublish, 2020) hlm. 75

	Opinion	Ngopi merupakan trend anak muda zaman sekarang, yang dilakukan paling tidak satu minggu sekali.	X1.7	
		Ngopi merupakan salah satu cara menjaga hubungan sosial.	X1.8	
Brand Image X2	Corporate Image	Kedai kopi onderan kota memiliki ciri khas yang berbeda dengan kedai kopi yang lain.	X2.9	Pawirta dan Sutisna, <i>Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran</i> , (Jakarta, PT Remaja Rosdakarya, 2001)
		Suasana klasik dikedai kopi onderan kota berbeda dengan kedai kopi lainnya.	X2.10	
		Parkir yang luas memberikan kenyamanan pengunjung	X2.11	
	User Image	Pengunjung kedai kopi onderan kota tidak memiliki batas usia	X2.12	
		Pengunjung kedai kopi onderan kota menyukai hal klasik	X2.13	
		Pengunjung kedai kopi onderan kota rata rata pengguna sepeda motor	X2.14	
	Product Image	Menu yang tersedia di kedai kopi onderan kota banyak dan bervariasi	X2.15	
		Harga yang ditawarkan di kedai kopi onderan kota ramah di kantong	X2.16	

Promosi X3	<i>Advertising</i>	Pesan dalam postingan iklan di media sosial kedai kopi onderan kota dapat diterima pelanggan	X _{3.17}	Kasmir, <i>Pemasaran Bank</i> , (Jakarta, Kencana, 2008)
		Iklan yang disampaikan tidak berlebihan	X _{3.18}	
	<i>Sales Promotion</i>	Promosi yang disampaikan mempermudah untuk mengenal produk yang ditawarkan di kedai kopi onderan kota.	X _{3.19}	
		Kedai kopi onderan kota telah menjadi sponsor yang baik dalam suatu kegiatan	X _{3.20}	
	<i>Publicity</i>	Kedai kopi onderan kota mengadakan <i>event-event</i> kerjasama sehingga bisa menambah keyakinan para pelanggan.	X _{3.21}	
		Hubungan silaturahmi antara pelanggan dan karyawan terjalin dengan baik.	X _{3.22}	
	<i>Personal Selling</i>	Adanya promo di kedai kopi onderan kota yang menarik minat beli pelanggan.	X _{3.23}	

		Penjualan langsung kepada pelanggan memberikan keyakinan bagimpelanggan kedai kopi onderan kota	X3.24	
Loyalitas Konsumen (Y)	Melakukan pembelian secara teratur	Berkunjung dikedai kopi onderan paling tidak satu bulan sekali	X _{3.25}	Gifrin, <i>Customer Loyalty</i> , (Jakarta, Erlangga, 2005)
		Event yang diadakan kedai kopi onderan kota setiap satu minggu sekali menarik pelanggan datang secara teratur.	X _{3.26}	
	Merekomendasi produk kepada orang lain	Merekomendasikan teman untuk ngopi dikedai kopi onderan kota.	X _{3.27}	
		Membuat ulasan yang positif di internet	X _{3.28}	
	Menunjukkan kekebalan daya tarik produk sejenis pesaing	Jika ada kedai kopi baru tetap memilih kedai kopi onderan kota	X _{3.29}	
		Jika ada kedai kopi yang memiliki tema serupa dengan kedai kopi onderan kota tetap memilih kedai kopi onderan kota.	X _{3.30}	
	Membeli di luar lini produk atau jasa	Menjadi pelanggan di kedai kopi onderan kota karena pelayanannya yang ramah	X _{3.31}	

		Menjadi pelanggan di kedai kopi onderan kota karena tempatnya unik.	X _{3.32}	
--	--	---	-------------------	--

E. Analisis Data

Analisis data mempunyai peran penting dalam proses penelitian. Analisis data dilakukan apabila data sudah diperoleh dari sampel melalui instrumen yang sudah dipilih dan akan digunakan untuk menjawab masalah ddidalam penelitian atau untuk menguji hipotesis yang diajukan melalui penyajian data.⁶⁷ Didalam penelitian ini alat yang digunakan untuk mengolah data yaitu *software Stastical Package for Social Science (SPSS) for windows version 16.0*. Analisis yang digunakan yaitu:

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat apakah ada atau tidak hubungan antara variabel *independen* pada model regresi. Jadi variabel *independen* satu dengan variabel *independen* lainnya saling berkolerasi linear, koefisien tinggi atau bahkan satau biasanya terdapat korelasi mendekati sempurna.⁶⁸ Bisa disimpulkan bahwa semakin rendah nilai hubungan antara varaibel *independen* berarti semakin baik model regresi yang digunakan dalam penelitian. Ada beberapa hal untuk mengetahui ada atau tidak multikolinieritas yaitu:

1) Jika nilai VIF > 10, maka model regresi terjadi gejala multikolinieritas.

⁶⁷ Ahmad Tanzah, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm.96

⁶⁸ Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hlm. 110

2) Jika nilai tolerance < 10 , maka model regresi bebas dari multikolinieritas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Alat analisis yang digunakan untuk meramalkan pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat atau untuk membuktikan ada atau tidak hubungan fungsional antara dua buah variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.⁶⁹ Dimana:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + e$$

α = konstanta b = koefisien regresi
(kemiringan)

Y = variabel terikat

X = variabel bebas e =

eror

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan alat ukur yang dapat menunjukkan seberapa besar hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah:⁷⁰

$$\text{Nilai } 0 < R^2 < 1$$

Keterangan:

Jika $R^2 = 0$, maka ada hubungan antara X dan Y.

Jika $R^2 = 1$, maka tidak terdapat hubungan antara X dan Y.

⁶⁹ Hadi Sutrisno, *Analisis Regresi*, (Yogyakarta: Andi offset, 2004), hlm. 39

⁷⁰ Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal.260

b. Uji F

Uji F disebut dengan anova (*analisis varians*). Analisis ini memiliki tujuan yaitu menguji apakah rata-rata lebih dari dua sampel berbeda secara signifikan atau tidak.⁷¹ Pada penelitian ini, uji f akan digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Prosedur yang digunakan adalah sebagai berikut:

H_0 = secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_1 = secara bersama-sama terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Apabila signifikan nilai $F_{hitung} < 0,05$ maka tolak H_0 dan terima H_1 artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, apabila signifikan nilai $F_{hitung} > 0,05$, artinya tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

c. Uji T

Uji statistik t digunakan untuk menguji dan mengetahui kebenaran dari hipotesis nol. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan atau tidak yang signifikan terhadap data penelitian. Ada kriteria pada uji

⁷¹ Singgih Santoso, *Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT Alex Media Komputindo,2010), hal.

t didalam menentukan resiko kesalahan α (taraf signifikan). Ketentuan penolakan atau penerimaan hipotesis adalah sebagai berikut: ⁷²

- 1) Jika nilai $t_{tabel} < t_{hitung}$, maka H_0 diterima.
- 2) Jika nilai $t_{tabel} > t_{hitung}$, maka H_0 ditolak.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam suatu variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Uji normalitas data adalah pengujian untuk mengetahui apakah data atau variabel yang dipakai terdistribusi secara normal atau tidak. Ketentuan yang terdapat dalam uji normalitas adalah:⁷³

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal,
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ditujukan untuk menguji apakah didalam regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai yang terdapat pada sebuah penelitian ke penelitian lainnya. Pada uji ini dianggap tidak sama apabila data yang

⁷² Payadnya dan Jayantika, *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 75-76

⁷³ Rochmat Aldy Purnomo dan Puput Cahya Ambarwati, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, (Yogyakarta: Fadilatama, 2016), hlm.72

ditemukan memiliki varian yang berbeda dan apabila terdapat varian yang sama disebut homoskedastisitas.⁷⁴

c. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi berarti terdapatnya korelasi antara anggota sampel atau data pengamatan yang diurutkan berdasarkan waktu, sehingga munculnya suatu datum dipengaruhi oleh datum sebelumnya. Tujuannya untuk mengetahui adakah korelasi variabel yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Maka terdapat gejala autokorelasi, begitu sebaliknya. dalam mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin-Watson (DW test) dengan kriteria $DU < DW < 4-DU$.⁷⁵

⁷⁴ Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistik 2*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2016), hlm. 204

⁷⁵ Elok Fitriani, Dinarta Hanum, dan Rendra, *Teknik Belajar Statistika 2*, (Jakarta: Alims Publishing, 2017), hlm. 211