

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kausal, penelitian kausal adalah salah satu tipe penelitian konklusif dimana mempunyai tujuan utama untuk mengetahui dan memperoleh bukti mengenai hubungan sebab – akibat.⁵⁸ Tujuan dari penelitian kausal ialah untuk mengetahui mana yang merupakan variabel independen dan mana yang merupakan variabel dependen. Hubungan sebab –akibat pada penelitian ini untuk mengungkapkan pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan promosi terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kuantitatif karena karena tujuan penelitian adalah untuk membuktikan hipotesis, menggunakan instrument penelitian. Menurut Sugiono (2012) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.⁵⁹

Metode kuantitatif digunakan apabila masalah merupakan penyimpangan antara yang seharusnya dengan yang terjadi, antara

⁵⁸ Sumanto. *Teori dan Aplikasi Metodologi Penelitian*. (Yogyakarta: ANDI, 2020). Hlm. 193.

⁵⁹ Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2014). Hlm. 81.

aturan dengan pelaksanaan, antara teori dengan praktik, antara rencana dengan pelaksanaan. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap loyalitas dan kepuasan konsumen dari kinerja/hasil dari suatu produk barang/jasa yang ditawarkan kepada konsumen⁶⁰.

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

a. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2012), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek dan obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya.⁶¹

Adapun populasi penelitian ini adalah konsumen pada Caricano Cafe Ngrayung Gandusari Trenggalek yang merupakan pelanggan dari Caricani Caffè dengan jumlah konsumen sebanyak 50 orang.

b. Sampling dan Sampel Penelitian

Di dalam suatu penelitian ada yang namanya teknik sampling, yaitu teknik yang digunakan peneliti dalam mengambil sampel penelitian. Adapun teknik sampling yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan teknik *sampling purposive*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sample* didasarkan atas ciri – ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri – ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Maka dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan kriteria – kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian atau permasalahan penelitian.⁶²

⁶⁰ Ibid, Hlm. 80.

⁶¹ Ibid.

⁶² I Putu Ade A.P dan I Gusti Agung N.T.J, Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statisti dengan SPSS. (Yogyakarta: Deepublish, 2012). Hlm. 26.

Menurut Sugiyono (2012), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu. Apabila populasi besar maka peneliti tidak memungkinkan untuk mempelajari semua populasi yang ada.⁶³ Frankel dan Wellen (1993), menyatakan bahwa besar sampel minimum untuk penelitian deskriptif sebanyak 100, oleh karena itu dari 100 sampel peneliti membatasi pengambilan sampel sebanyak 100% yaitu sebanyak 100 sampel.⁶⁴ Untuk menentukan ukuran sampel penelitian, maka digunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{50}{1+50(0,10)^2} = 33,3 = 33 \text{ Responden}$$

Dimana : n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = nilai kritis (batas penelitian) yang diinginkan
(persen kelonggaran karena ketidakteelitian karena
kesalahan pengambilan sampel, yaitu 10%)

dari perhitungan diatas maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 33 pelanggan pada Caricano Caffe, akan tetapi untuk meminimalisir kesalahan dalam pengambilan data, peneliti mengambil 50 pelanggan sebagai sampel penelitian.

⁶³ Sugiono, op. cit. Hlm. 93.

⁶⁴ Sugiono. Statistik Untuk Penelitian. (Bandung: Alfabeta, 2012). Hlm. 61.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber data yang peroleh dari penelitian ini meliputi dua data pokok yaitu data primer dan data sekunder, berikut penjelasannya:

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang didapatkan secara langsung dari responden yang diteliti, mencakup data mengenai bagaimana pendapat responden⁶⁵ terhadap kualitas produk, harga, lokasi dan promosi pada Caricano Cafe melalui kuesioner dalam bentuk link web site yang akan disediakan oleh peneliti kepada responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari mengumpulkan studi kasus, catatan, buku – buku, dan dokumentasi perusahaan yang dapat menunjang dalam proses penelitian berlangsung.⁶⁶ Adapun data sekunder yang diperoleh dari bisnis cafe ini yaitu mengenai bagaimana gambaran umum dari Caricano Cafe Ngrayung Gandusari Trenggalek.

2. Variabel Penelitian

Variable penelitian adalah suatu sifat atau atribut atau nilai dari obyek orang atau kegiatan yang memiliki keragaman atau variasi tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.⁶⁷ Variable yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variable bebas (independent) yaitu variable yang dapat mempengaruhi variable lain. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, harga, lokasi dan promosi. Dan variabel terikat (dependen) yaitu

⁶⁵ Syofian Siregar. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2013). Hlm. 46.

⁶⁶ Ibid. 48.

⁶⁷ Wiratna Sujarwena dan Poly Endrayanto. *Statistik Untuk Penelitian*. (Yogyakarta: Graha Ilmu. 2012). Hlm. 23.

variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain, variabel dependen dalam penelitian ini yaitu loyalitas konsumen.

3. Skala Pengukuran

Pengukuran variabel dilakukan dengan *skala likert*, dimana skala ini banyak digunakan karena memberikan peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan dalam bentuk persetujuan atau tidak setuju terhadap suatu pertanyaan objek. pertanyaan yang diberikan berjenjang mulai dari tingkat rendah sampai tinggi,⁶⁸ yang menggunakan skoring sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skor Penilaian

Nama	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak setuju	1

Dari data kuesioner ini, maka akan memperoleh skor dari pernyataan yang diajukan oleh responden dan sebagai pengambilan data variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Caricano Cafe Ngrayung Gandusari Trenggalek.

⁶⁸ Simamora Bilson. *Analisis Multivarian Pemasaran*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005). Hlm. 23.

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dari penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara, data kuesioner dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data dengan cara membagikan kuesioner kepada konsumen Caricano Cafe kemudian melakukan wawancara dengan pemilik atau karyawan Caricano Cafe.

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu dari beberapa teknik dalam pengumpulan informasi atau data. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik atau karyawan Caricano Cafe dan juga pelanggan dari Caricano Cafe.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan sekumpulan pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden terkait dengan pribadinya maupun hal-hal lain yang terkait dengan materi penelitian yang dirumuskan sebelumnya yang mana responden menjawabnya.⁶⁹ Daftar pertanyaan responden terdiri dari kualitas produk, harga, lokasi, dan lokasi sejauh mana variabel tersebut mempengaruhi loyalitas konsumen serta memperkuat kepuasan konsumen dari masing – masing variabel.

c. Dokumentasi

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan dokumentasi, Suharsimi Arikunto (2005) mengatakan bahwa dokumentasi adalah mencari variabel – variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan sebagainya.

⁶⁹ Eko Nugroho. *Prinsip – Prinsip Menyusun Kuesioner*. (malang: UB Press, 2018). Hlm. 19.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam atau fenomena sosial yang menjadi fokus dari sebuah penelitian. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang disusun sesuai dengan indikator dari variabel penelitian.⁷⁰

Tabel dibawah ini memuat penjabaran keseluruhan variabel penelitian disertai masing – masing indikator dan pengukuran variabel pada rancangan kuesioner yang akan digunakan sebagai penelitian.

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian

No	Jenis	Variabel	Indikator	Sumber
1	Dependen (Terikat)	Loyalitas konsumen	1. Sering membeli produk	Lupioyadi dan Hamdani (2011), dikutip dari Yusuf Mochtar Hadi (2018)
			2. Konsumen mengatakan hal positif kepada pihak lain	
			3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain	
			4. membeli ulang	
2	Independen (Bebas)	Kualitas Produk	1. Kinerja (<i>Performance</i>)	Tjiptono (2000), dikutip dari Yusuf Mochtar Hadi (2018)
			2. Keistimewaan tambahan (<i>Feature</i>)	
			3. Kegunaan (<i>Serviceability</i>)	
			4. Kualitas yang dipersiapkan (<i>Petceived Quality</i>)	
		Harga	1. Harga yang ditawarkan terjangkau	Menurut Koltler (2012), dikutip dari jurnal Ekonomi Dan Manajemen,
			2. Harganya Stabil	
			3. Harga sesuai dengan kualitas	
			4. Kesesuaian harga dengan manfaat	

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012). Hlm. 240.

			5. Daya saing	Rizzal Fauzi (2018)
		Lokasi	1. Kemudahan akses tempat usaha	Menurut Tjiptono (2006) dalam jurnal JOM FISIP (2019:6)
			2. Kelancaran akses menuju lokasi usaha	
			3. Kedekatan lokasi dengan para konsumen	
		Promosi	1. Periklanan (<i>Advertising</i>)	Koltler dan Keller (2009), dalam jurnal JOM FISIP, Ulfa Ekawanti (2019)
			2. Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	
			3. Hubungan masyarakat (<i>Publisitas</i>)	
			4. Promosi Penjualan (<i>Sale Promotion</i>)	
3	Variabel Intervening	Kepuasan Konsumen	1. Lokasi strategis	Herizon dan Maylina (2003) dikutip oleh Prmudyo, 2012
			2. Harga yang terjangkau	
			3. kesesuaian yang diinginkan	
			4. Pelayanan yang menyenangkan	

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validaitas

Menurut Ghozali (2011), Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.⁷¹ Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan table untuk *degree of freedom* ($df = n-2$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan $\alpha = 0,05$. Jika r hitung lebih besar dari r table nilai positif, maka butir atau pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

⁷¹ Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. (Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro, 2011). Hlm. 52-59.

b. Uji Reliabilitas

Ferdinand (2014), Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukurannya tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama⁷². Pengukuran realibilitas dilakukan dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.⁷³ Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji *Komogorov – Smirnov* untuk masing-masing variabel. Data penelitian dikatakan menyebar normal atau memenuhi uji normalitas apabila nilai *Asym.Sig (2-tailed)* variabel residual berada di bawah 0,05% atau 5%, sebaliknya jika nilai *Asym.Sig (2-tailed)* variabel residual di bawah 0,05 atau 5% maka data tersebut tidak berdistribusi normal atau tidak memenuhi uji normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).⁷⁴ Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Multikoloniaritas data

⁷² Augusty Ferdinand. *Metode Penelitian Manajemen*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Manajemen, 2014). Hlm. 218.

⁷³ Imam Ghozali, op. cit. Hlm. 160.

⁷⁴ Ibid. Hlm 105.

dilihat dengan *Variance Inflation Factor* (VIF), apabila nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,01 maka tidak terdapat gejala multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas ini dilakukan pada keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dan residual pada model regresi. Jika varian dari residual suatu pengamatan ke pengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas.⁷⁵ Pengujian dilakukan dengan uji Glejer yaitu meregresi masing-masing variabel independen dengan absolute residual terhadap variabel dependen.

Kriteria yang digunakan untuk menyatakan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak di antara data pengamatan dapat dijelaskan dengan menggunakan koefisien signifikan. Koefisien signifikansi harus dibandingkan dengan tingkat signifikansi 5%. Apabila koefisien signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas. Jika koefisien signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan maka dapat disimpulkan terjadi heterokedastisitas.

⁷⁵ Ibid.

3. Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi yang dihasilkan dalam analisis jalur dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Persamaan Regresi I (sub struktur I)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e_1$$

Keterangan:

Y	=	Loyalitas konsumen
α	=	konstantas
X_1	=	Kualitas Produk
X_2	=	Harga
X_3	=	Lokasi
X_4	=	Promosi
$\beta_1 \dots \beta_5$	=	Koefisien regresi
e_1	=	Error

b. Persamaan Regresi II (sub struktur II)

$$Z = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta Y + e_2$$

Keterangan:

Z	=	Kepuasan Konsumen
α	=	Konstranta
X_1	=	Kualitas Produk
X_2	=	Harga
X_3	=	Lokasi
X_4	=	Promosi
Z	=	Kepuasan Konsumen
$\beta_1 \dots \beta_5$	=	Koefisien regresi
e_2	=	Error

4. Uji Ketepatan Model

- a. Uji R^2 menurut Ghozali (2011) bahwa koefisien determinasi pada umumnya untuk menjadikan tolak ukur seberapa jauh kemampuan dari setiap model untuk bisa memaparkan variasi variabel independen nilai dari koefisien determinasi yaitu nol dan 1. Kemudian nilai R^2 terkecil dapat diartikan dengan kemampuan setiap variabel-variabel independen disaat menjadikan variasi variabel dependen begitu terbatas.⁷⁶
- b. Uji F menurut Ghozali (2011) pada umumnya untuk menunjukkan apakah dari semua variabel independen atau variabel bebas yang telah dimasukkan kedalam model memiliki pengaruh secara keseluruhan terhadap variabel dependen atau terikat.⁷⁷ Dalam pengujian hipotesis dari uji F, terdapat kriteria pengambilan keputusannya sebagai berikut:
 - Jika nilai sign. $> 0,05$ maka hipotesis ditolak. Hal ini berarti variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
 - Jika nilai sign. $< 0,05$ maka hipotesis diterima. Hal ini berarti variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

5. Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen dapat menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen secara nyata. Uji statistic t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel/independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dalam penelitian ini

⁷⁶ Ibid, Hlm. 147.

⁷⁷ Ibid, Hlm. 84.

menggunakan level of significance 0,05 ($\alpha = 5\%$). Adapun kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut:

- Jika nilai sign. $> 0,05$ maka hipotesis ditolak. Hal ini berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika nilai sign. $< 0,05$ maka hipotesis diterima. Hal ini berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.⁷⁸

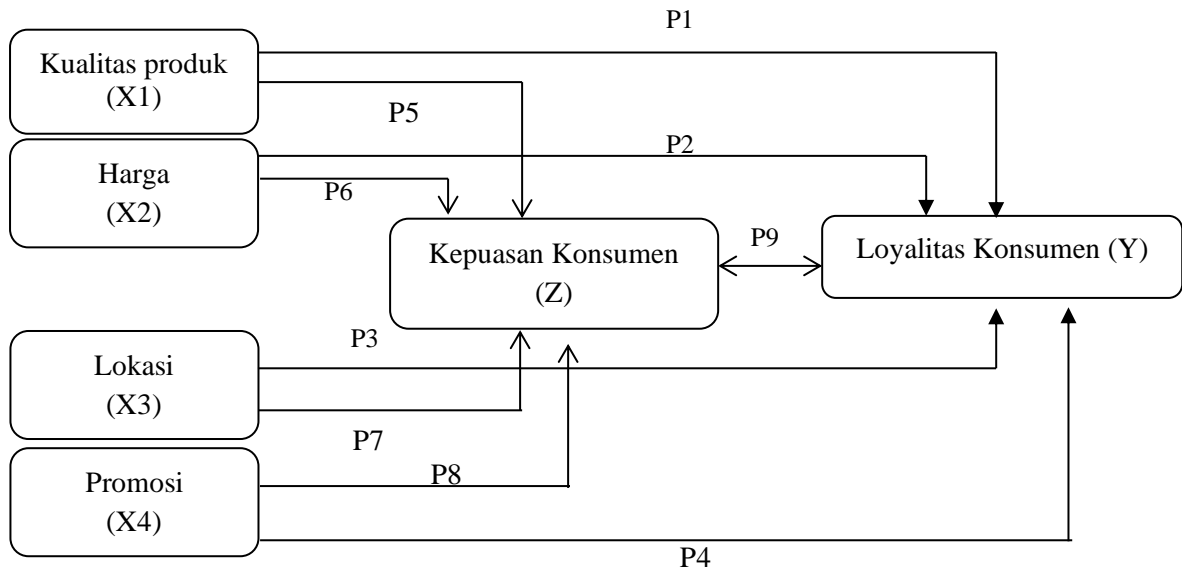
6. Uji Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Dalam penelitian ini untuk menganalisis pengaruh setiap variabel-variabel menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*). Menurut Ghozali (2011) bahwa analisis jalur atau *path analysis* mempunyai tujuan untuk menjelaskan akibat secara langsung maupun tidak langsung dalam seperangkat variabel, sebagai variabel penyebab, maupun terhadap sepaket variabel lainnya yang merupakan dari variabel akibat.

Lebih diperjelas oleh Ghozali bahwa model analisis regresi bertujuan untuk memahami hubungan antar variabel – variabel, tidak pernah mempermasalahkan mengapa dalam hubungan tersebut ada maupun tidak ada. Lain dari itu tidak pernah memperasalahkan apakah hubungan yang ada antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X1, X2, X3, X4) disebabkan oleh variabel X-nya tersebut atau terdapat variabel lainnya diantara kedua variabel tersebut, maka dari itu variabel tidak secara langsung untuk mempengaruhi variabel Y tapi terdapat variabel lainnya berperan sebagai variabel intervening. Gambar analisis jalur dalam penelitian ini adalah:

⁷⁸ Ibid, Hlm. 98-99.

Gambar 4.1
Diagram Jalur



Keterangan:

- P1 : Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen
- P2 : Pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen
- P3 : Pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen
- P4 : Pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen
- P5 : Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen
- P6 : Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen
- P7 : Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen
- P8 : Pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen
- P9 : Pengaruh antara variabel kepuasan konsumen terhadap variabel loyalitas konsumen

Melalui analisis jalur ini akan dapat ditemukan jalur mana yang paling tepat dan singkat suatu variabel independen menuju variabel dependen yang terakhir dengan cara menguraikan struktur lengkap model penelitian menjadi sub struktur-struktur yang menunjukkan jalur hitung antar variabel. Sedangkan untuk mengelola data dengan metode *Path Analysis* menggunakan

program komputer AMOS VERSI 18. Penggunaan program AMOS dalam penelitian ini karena penelitian ini menggunakan indikator-indikator untuk menjabarkan variabel laten.

Langkah yang harus dilakukan dalam tahapan pemodelan Path Analysis persamaan struktural dengan menggunakan laporan AMOS adalah Uji Kesesuaian *Model Structural Equation Modeling*, uji kesesuaian ini bertujuan untuk mengukur derajat kesesuaian antar model yang dihipotesiskan dengan data yang disajikan. Dalam analisis SEM tidak ada alat analisis tunggal untuk mengukur atau menguji hipotesis mengenai model.⁷⁹ Dalam penelitian ini untuk menguji kebenaran model yang diajukan akan diuji dengan menggunakan 8 standart goodness of fit index yaitu: CMIN/DF, GFI, RMSEA, AGFI, TLI, NFI, PNFI, dan CFI dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.3
Tandart Goodness of Fit Index

Goodness Of Fit Model	Cut-off Value
Chi-square (X2)	Diharapkan Kecil
Probability	≥ 0,05
CMIN/DF	≤ 2,00
GFI	≥ 0,90
AGFI	≥ 0,90
TLI	≥ 0,90
CFI	≥ 0,90
NFI	≥ 0,90
RMSEA	≤ 0,08

Sumber: Ferdinand, 2000.

⁷⁹ Augusty Ferdinand, op. cit. Hlm. 149.