

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Setting Penelitian

Sesuai dengan judul yang penulis angkat, penelitian ini membahas mengenai produk, harga, lokasi dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Ayam Bakar Mercon Pedazz Palembang. Penelitian ini dilaksanakan di Warung Ayam Bakar Mercon Pedazz Palembang.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif, karena bertujuan menggambarkan keadaan atau fenomena yang terjadi di lapangan. Menurut Suharsimi Arikunto, penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau memaparkan sesuatu hal, misalnya keadaan, kondisi, situasi, peristiwa, kegiatan dan lain-lain.¹ Penelitian ini berusaha untuk menggambarkan, melukiskan atau mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan Warung Ayam Bakar Mercon Pedazz.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data-data yang diperoleh dari

¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian – Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 3.

hasil angket, kemudian menganalisisnya sedemikian rupa untuk kemudian dibandingkan dengan hipotesis.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari objek penelitian. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan ialah kuesioner yang disebarakan ke pelanggan ayam bakar mercon pedazz Palembang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh pihak lain. Sumber data sekunder dalam penelitian ini ialah buku, skripsi, dan jurnal.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.² Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan Warung Ayam Bakar Mercon Pedazz Palembang.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 115.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³ Populasi yang diteliti yaitu konsumen, maka penelitian ini hanya menggunakan sejumlah responden yang dipilih sebagai sampel.

a. Penentuan Ukuran Sampel

Roscoe dalam Sugiyono, menjelaskan cara menentukan jumlah sampel dalam penelitian, yaitu:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 50 orang.
2. Jika sampel dibagi dalam kategori (misalnya pria-wanita, pegawai negeri-pegawai swasta dan lain-lain), maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30 orang.
3. Jika di dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai 20 orang.⁴

Berdasarkan penjelasan Roscoe dalam Sugiyono pada poin ketiga yakni jumlah anggota sampel minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti, maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 50

³ Ibid., hlm. 116.

⁴ Ibid., hlm. 5

responden. Variabel dalam penelitian ini ada 5 (independen+dependen), maka jumlah sampel = $10 \times 5 = 50$.

b. Penentuan Penarikan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian.⁵ Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik sampling yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini ialah teknik *nonprobability sampling*.

Nonprobability sampling ialah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *nonprobability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* ialah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan keperluan penelitian. Artinya setiap unit/individu yang diambil dari populasi dipilih dengan sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu. Adapun syarat respondennya adalah:

- a. Responden berusia ≥ 17 tahun karena dianggap dapat mengisi kuesioner dengan benar.
- b. Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 50 orang.

Adapun karakteristik responden yang dianalisis dalam studi ini adalah jenis

⁵ Ibid., hlm. 116.

kelamin, usia, pekerjaan, dan frekuensi lamanya responden menjadi pelanggan Warung Ayam Bakar Mercon Pedazz Palembang.

c. Responden benar-benar pelanggan setia Warung Ayam Bakar Mercon Pedazz.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara mengumpulkan data dalam suatu penelitian. Adapun metode pengumpulan data yang penulis terapkan yaitu:

1. Kuesioner

Teknik pengumpulan data secara tertulis berupa sejumlah pertanyaan tertutup maupun terbuka yang diisi oleh responden. Berdasarkan hasil dari isian kuesioner tersebut, peneliti memperoleh informasi dari responden.

2. Studi Pustaka

Dengan menggunakan buku-buku dan mempelajari literatur yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

F. Variabel-Variabel Penelitian

Faktor yang mengandung lebih dari satu nilai dalam metodologi statistik disebut variabel.

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas (*independent variabel*) ialah faktor yang menyebabkan suatu pengaruh. Variabel independen yang dilambangkan dengan (X) adalah

variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang berpengaruh positif maupun negatif. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Produk (X_1), Harga (X_2), Lokasi/Distribusi (X_3) dan Promosi (X_4).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (*dependent variabel*) ialah faktor yang diakibatkan oleh suatu pengaruh. Variabel dependen yang dilambangkan dengan (Y) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen, baik yang berpengaruh positif maupun negatif. Variabel terikat dalam penelitian ini ialah Loyalitas Konsumen (Y).

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	Loyalitas Konsumen (Y)	Suatu komitmen yang mendalam untuk membeli kembali dan berlangganan produk warung Ayam Bakar Mercon Pedazz secara konsisten dimasa yang akan datang, sehingga menyebabkan pengulangan pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian secara ulang 2. Memberikan informasi atau rekomendasi positif kepada orang lain 3. Melakukan tindakan persuasif kepada orang lain 4. Memiliki kekebalan terhadap penawaran dari produk lain
2.	Produk (X_1)	Sesuatu yang ditawarkan oleh warung Ayam Bakar Mercon Pedazz untuk dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemasan Produk 2. Kualitas Produk 3. Ke higienisan Produk
3.	Harga (X_2)	Nilai yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari pembelian produk Ayam Bakar Mercon.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga produk yang ditawarkan terjangkau 2. Harga produk

			sesuai dengan kualitas 3. Harga dapat bersaing dengan produk lain
4.	Lokasi / Distribusi (X ₃)	Suatu cara penyaluran produk Ayam Bakar Mercon Pedazz kepada konsumen.	1. Kemudahan memperoleh produk 2. Ketersediaan produk 3. Lokasi pembelian
5.	Promosi (X ₄)	Suatu proses pengenalan produk warung Ayam Bakar Mercon Pedazz kepada calon konsumen melalui berbagai media.	1. Media promosi yang digunakan tepat 2. Iklan yang dibuat menarik perhatian 3. Pesan iklan mudah dipahami

Sumber: dikumpulkan dari berbagai sumber, 2018

G. Instrumen Penelitian

Untuk mendapatkan data yang lengkap, maka alat instrumen harus mempunyai persyaratan yang baik. Instrumen yang baik dalam penelitian harus memenuhi dua syarat yaitu valid dan reliabel.

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur (kuesioner) dapat mengukur informasi yang diperlukan. Jika *p value* lebih kecil dari $\alpha = 5\%$, berarti pernyataan-pernyataan dalam kuesioner tersebut mempunyai validitas atau kesahihan, yaitu bahwa pernyataan dalam kuesioner itu dapat melakukan fungsi ukurannya.⁶

⁶ Rahmady Radiany dan Andi Sularso, *Konsentrasi Pemasaran*, (Surabaya: Mahardika, 2007), hlm. 91

Suatu instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel untuk mengukur tingkat validitas soal yang diteliti secara tepat. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor setiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut.

Menurut Sugiyono, teknik korelasi untuk menentukan validitas item ini sampai sekarang merupakan teknik yang paling banyak digunakan dan item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula.⁷

Dalam penelitian ini menggunakan pendapat Sugiyono, mengemukakan data dikatakan valid jika r hitung (koefisien korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor) $> 0,3$ atau bisa dilihat dari nilai signifikansinya lebih besar dari $0,05$ maka data tersebut dapat dikatakan valid, sedangkan jika nilai signifikansinya lebih kecil dari $0,05$ maka data tersebut dapat dikatakan tidak valid. Untuk mengukur validitas soal menggunakan rumus korelasi *product moment* dari Karl Pearson, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi pearson

⁷ Sugiyono, Op. Cit., hlm. 188

$\sum xy$ = Jumlah perkalian variabel X dan skor Y

$\sum x$ = Jumlah nilai variabel X

$\sum y$ = Jumlah nilai variabel Y

$\sum x^2$ = Jumlah pangkat dua nilai variabel X

$\sum y^2$ = Jumlah pangkat dua nilai variabel Y

n = Banyaknya sampel⁸

Kriteria pengujian jika harga $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05 maka alat tersebut valid, begitu pula sebaliknya jika harga $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka alat ukur tersebut tidak valid.⁹

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah konsistensi dari suatu alat ukur, atau sejauh mana alat ukur tersebut dapat mengukur subjek yang sama dalam waktu yang berbeda namun menunjukkan hasil yang relatif sama. Reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana alat ukur dapat dipercaya.

Instrumen yang reliabel ialah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.¹⁰

⁸ Sugiyono, Op. Cit., hlm. 248.

⁹ Suharsimi, Op. Cit., hlm. 79.

¹⁰ Sugiyono, Op. Cit., hlm 204.

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, variabel intervening, variabel independent ataupun ketiganya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal, deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan sebagai alat pengumpul data berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas distribusi data populasi dilakukan dengan menggunakan statistik *Kolmogorov-Smirnov*. Alat uji ini biasa disebut dengan uji K-S.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Uji linearitas ditentukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas mempunyai hubungan linier atau tidak dengan variabel terikat. Uji linearitas dilakukan melalui *Test for Linearity* dengan

taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05.

c. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi yaitu dengan melihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas yaitu nilai *tolerance* $> 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$.

Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi korelasi, maka variabel-variabel tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasinya sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksinya yaitu:

1. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ atau nilai VIF (*Varian Inflation Factor*) < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.
2. Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ atau nilai VIF (*Varian Inflation Factor*) > 10 maka terjadi multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians atau residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Menurut Gujarati untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji-*rank Spearman* yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual (*error*). Untuk melihat

gejala uji heteroskedastisitas, maka dibuat persamaan regresi dengan asumsi tidak ada heteroskedastisitas kemudian menentukan nilai absolut residual, selanjutnya meregresikan nilai absolute residual diperoleh sebagai variabel dependen serta dilakukan regresi dari variabel independen. Jika nilai koefisien korelasi antara variabel independen dengan nilai absolut dari residual signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).¹¹

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, titik-titik membentuk pola (melebar, bergelombang, menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2. Analisis ini digunakan dengan melibatkan variabel dependen (Y) dan variabel independen (X_1 , X_2 , X_3 dan X_4). Persamaan regresinya ialah sebagai berikut:¹²

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

¹¹ D. N. Gujarati, *Dasar-dasar Ekonometrika*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hlm. 406.

¹² Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 277.

Keterangan:

- Y = Loyalitas Konsumen
- a = Konstanta
- b₁, b₂, b₃, b₄ = Koefisien regresi parsial
- X₁ = Produk
- X₂ = Harga
- X₃ = Lokasi/Distribusi
- X₄ = Promosi
- e = Error, variabel gangguan

3. Uji Hipotesis

Mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan untuk mengukur keeratan hubungan antara X dan Y, maka digunakan analisis regresi. Uji hipotesis dalam penelitian ini akan dilakukan dengan cara, yaitu:

a. Uji t (Uji Hipotesis Secara Parsial)

Pengujian hipotesis menggunakan uji t dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Menurut Sugiyono rumus yang digunakan yaitu:¹³

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

¹³ Ibid., hlm. 250.

Keterangan:

t = Distribusi t

r = Koefisien korelasi parsial

r^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

Hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan yaitu:

1. H_0 diterima jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai $sig > \alpha$
2. H_0 ditolak jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau nilai $sig < \alpha$

b. Uji f (Uji Hipotesis Secara Simultan)

Uji f dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono rumus yang digunakan yaitu:¹⁴

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota data atau kasus

¹⁴ Ibid., hlm. 257.

F hasil perhitungan ini dibandingkan dengan F_{tabel} yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan level 5% atau dengan *degree freedom* = k (n-k-1) dengan kriteria sebagai berikut:

1. H_0 ditolak jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau $\text{sig} < \alpha$
2. H_0 diterima jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ atau $\text{sig} > \alpha$

c. Koefisien Determinasi

Rumus Koefisien determinasi:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

Kriteria untuk koefisien determinasi ialah:

- a. Jika Kd mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* lemah.
- b. Jika Kd mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* kuat.

d. Hipotesis per variabel

1. H_0 diterima dan H_1 ditolak jika tingkat signifikansi $\geq 5\%$

H_1 diterima dan H_0 ditolak jika tingkat signifikansi $\leq 5\%$

2. H_0 diterima dan H_2 ditolak jika tingkat signifikansi $\geq 5\%$

H_2 diterima dan H_0 ditolak jika tingkat signifikansi $\leq 5\%$

3. H_0 diterima dan H_3 ditolak jika tingkat signifikansi $\geq 5\%$

H_3 diterima dan H_0 ditolak jika tingkat signifikansi $\leq 5\%$

4. H_0 diterima dan H_4 ditolak jika tingkat signifikansi $\geq 5\%$

H_4 diterima dan H_0 ditolak jika tingkat signifikansi $\leq 5\%$