

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Peneliti melakukan penelitian Kuantitatif Non Kasus dengan jenis penelitian Kausalitas yang bertujuan untuk menguji pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Menurut Wahidmurni (2017:1) Metode penelitian kuantitatif merupakan suatu cara yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian yang berkaitan dengan data berupa angka dan program statistik.

Penelitian kasualitas berisi tentang hubungan antara suatu kejadian (sebab) atau kejadian setelahnya (akibat atau dampak), yang mana adalah konsekuensi dari tindakan yang terjadi pertama kali.

3.2 Populasi dan Sampel.

Menurut Sugiyono (2019:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek / subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik Purposive Sampling, yang artinya adalah metode pengambilan sampel berdasarkan pada pertimbangan kriteria dan syarat tertentu dan harus mewakili populasi yang akan diteliti. Pertimbangan yang digunakan adalah sampel diambil dari konsumen yang sudah berkunjung lebih dari dua (2) kali di Carnival Resto & Café Palangkaraya.

Dari hasil perhitungan diatas, maka diperoleh jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 50 orang responden pada periode bulan desember 2021 di carnival cafe & resto palangkaraya.

3.3 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran

1) Variabel

Menurut Kultar Singh (2007) *A variable is an operationalized concept. More precisely, it is the operationalized property of an object, in that the concept, in order to be operationalized, has to be applied to an object and to become property of that object.* Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel adalah sesuatu yang akan diukur dalam penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono (2019:68) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penulisan penelitian ini peneliti telah menentukan variabel-variabel sebagai berikut:

a. Variabel Bebas (Independen) menurut Sugiyono (2019:69) variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (X) yaitu:

- Produk (X_1) adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar baik terlihat secara fisik maupun tidak guna memenuhi kebutuhan serta keinginan dari konsumen.
- Harga (X_2) adalah besarnya rupiah yang harus dikeluarkan seorang pelanggan untuk memperoleh suatu barang atau jasa dan hendaknya harga akan dapat terjangkau oleh pelanggan.
- Lokasi (X_3) adalah salah satu faktor penting yang akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.
- Promosi (X_4) adalah sebagai komunikasi awal antara perusahaan dan konsumen serta sebagai salah satu media untuk memperkenalkan produk kepada konsumen agar mengetahui akan keberadaan produk perusahaan tersebut.

b. Variabel Intervening.

Kepuasan (Z) adalah secara sederhana kepuasan dapat di artikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan hasil perbandingan konsumen yang sesuai setelah membandingkan kinerja dengan harapannya.

c. Variabel Terikat (Dependen) menurut Sugiyono (2019:69) dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

- Loyalitas (Y) adalah menunjukkan kesetiaan konsumen yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap produk atau jasa sepanjang waktu dan ada sikap yang baik untuk merekomendasikan orang lain untuk membeli produk.

2. Operasional

Defenisi operasional adalah batasan pengertian yang dijadikan pedoman untuk melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan (Widjojo 2007:120). Defenisi oprasional penekitian ini adalah:

1) Produk (X_1)

Kotler dan Keller (2009:266) menjelaskan produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam penelitian ini yang menjadi indicator variable adalah:

- a. Tampilan produk menarik.
- b. Porsi produk.
- c. Rasa produk.
- d. Variasi produk.
- e. Keunikan produk.

2) Harga (X_2)

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:345) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang diukur konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atas menggunakan produk atau jasa tersebut. Dalam penelitian ini yang menjadi indicator variable adalah:

- a. Keterjangkauan harga.
- b. Kesesuaian harga dengan porsi produk.
- c. Harga lebih murah daripada pesaing.
- d. Tingkat kestabilan harga.
- e. Potongan harga.

3) Lokasi (X_3)

Lokasi menurut Tjiptono (2015) mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Dalam penelitian ini yang menjadi indicator variabel adalah:

- a. Visiilitas.
- b. Lokasi mudah dijangkau.
- c. Tempat parkirluas.
- d. Lokasi dekat dengan keramaian.
- e. Situasi.

4) Promosi (X_4)

Menurut Adam (2015:33) menjelaskan bahwa promosi merupakan aktivitas marketing untuk mengkomunikasikan informasi tentang perusahaan dan produk kepada konsumen, sehingga menciptakan permintaan. Dalam penelitian ini yang menjadi indikator variabel adalah:

- a. Frekuensi promos.
 - b. Kualitas promosi.
 - c. Kesesuaian sasaran.
 - d. Kuantitas promosi.
 - e. Waktu promosi
- 5) Kepuasan Konsumen (Z)

Kotler (1997:311) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapan. Dalam penelitian ini yang menjadi indikator variabel adalah:

- a. *Freshed* (segar jasmani dan rohani)
- b. Menghilang lapar dan dahaga.
- c. Mengerjakan tugas/mendapat hiburan/memperoleh.
- d. Bertemu teman/ pacar/rekan bisnis.
- e. Minat pembelian ulang.

6) Loyalitas Pelanggan (Y)

Kotler (2005:18) menjelaskan bahwa loyalitas konsumen adalah suatu pembelian ulang yang dilakukan seorang pelanggan karena komitmen pada suatu produk atau perusahaan. Dalam penelitian ini yang sekarang menjadi indikator variabel adalah:

- a. Melakukan pembelian secara teratur.
- b. Merferensikan kepada orang lain.
- c. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing.
- d. Ketahanan terhadap pengaruh negative dari konsumen lain.
- e. Mengajak/membawa orang lain.

3. Pengukuran

Pengukuran Dalam memperoleh data-data yang dibutuhkan oleh peneliti. Peneliti melakukan pengumpulan hasil dari pengisian kuisisioner yang akan dibagikan kepada objek penelitian. Dalam kuisisioner untuk memenuhi

penelitian kuantitatif menggunakan pengukuran dengan teknik skala Likert 1-5 dengan diberi skor. Pemberian Skor dan Opsi Pertanyaan

Tabel 3.1
Skor Petayaan

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.4 Metode Pengumpulan data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara:

1) Kuisisioner

Memberikan daftar Pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk mengetahui kenyataan dilapangan. Daftar pertanyaan dibuat berdasarkan definisi operasional dari variabel penelitian.

2) Wawancara

Dilakukan kepada HOD Marketing Carnival Resto & Café Palangkaraya serta kepada Objek Penelitian untuk mengetahui informasi sebagai penguat pada penelitian ini.

3.5 Metode Analisis

1) **Uji Kualitas Data**

1. Uji Validitas

Pengertian validitas menurut Sugiyono (2017:125) adalah Derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item

maka, kolom yang dilihat yaitu kolom corrected item-Total Correlation pada tabel item-total Statistic hasil pengolahan data dengan menggunakan Statistical Program Social Science (SPSS). Kriteria penilaian uji validitas adalah sebagai berikut:

- Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut valid.
- Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut dikatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Alat untuk mengukur reabilitas adalah *Cronbach Alpha*.

- Hasil $\alpha > 0,60$ = reliabel atau konsisten.
- Hasil $\alpha < 0,60$ = tidak reliabel atau konsisten.

2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Regresi

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016). Model regresi yang baik adalah distribusi data normalnya mendekati normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel *independent*. Jika variabel *independent* saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *orthogonal*. Variabel *orthogonal* adalah variabel *independent* yang nilai korelasi antar sesama variabel *independent* sama dengan nol. (Ghozali, 2018)

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu

pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. (Ghozali, 2018)

4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan dengan tujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya (Ghozali, 2018)

3.6 Alat Analisis Data

1) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu: Kualitas (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3), dan Promosi (X_4) terhadap variabel dependennya yaitu Loyalitas Pelanggan (Y) dengan dimediasi oleh variabel intervening Kepuasan (Z). Maka persamaan regresi linear berganda dengan model persamaan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Z &= \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon \\ Y &= \alpha + X_1 \beta_1 + X_2 \beta_2 + X_3 \beta_3 + X_4 \beta_4 + Z + \varepsilon \end{aligned}$$

Keterangan

α = Konstanta

Y = Loyalitas Pelanggan

β_{1-4} = Nilai Koefisien Regresi Linear Berganda

X_1 = Produk

X_2 = Harga

X_3 = Lokasi

X_4 = Promosi

Z = Kepuasan

ε = Disturbance Error

2) Uji T (Parsial)

Pengujian Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian ini dilakukan terhadap hipotesis mengenai structural model. Uji ini sama dengan uji T (uji parsial) dalam multiple regression, uji ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t tabel untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel bebas yang lain tidak berubah. Adapun kriteria yang digunakan dengan sebagai berikut:

- Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka menerima H_0 dan menolak H_a .
- Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka menerima H_a dan menerima H_0

Pada akhirnya bahwa t hitung identik dengan C.R (criticalratio) yang diuji dengan nilai probabilitas p, dimana jika $p < 0,05$ menunjukkan pengaruh yang signifikan dan jika $p > 0,05$ menunjukkan tidak berpengaruh signifikan.

3) Uji F (Uji Simultan)

Pengujian yang dilakukan ini adalah dengan uji parameter b (uji korelasi) dengan menggunakan uji F statistik. Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat digunakan uji F. Menurut sugiyono (2013:257) dirumuskan sebagai berikut:

$$F_n = \frac{r^2/k}{(1 - r^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Distribusi F ini ditentukan oleh derajat kebebasan pembilangan dan penyebut, yaitu k dan (n-k-1). Untuk uji F, kriteria yang dipakai adalah:

- Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka menerima H_a dan menolak H_o .
- Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka menerima H_a dan menerima H_o

Bila H_o diterima, maka diartikan tidak berpengaruh secara signifikan dari variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dan penolakan H_o menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

4) Path Analysis (Analisis Jalur)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur dan pengolahan data menggunakan SPSS Menurut Ghozali (2013; 237) Model path analysis (analisis jalur) digunakan untuk menganalisis pola hubungan di antara variabel. Sehingga untuk lebih jelasnya analisis jalur adalah menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kasualitas imajiner.