

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2021 : 11) diartikan sebagai metode penelitian untuk menilite populasi atau sample tertentu. Teknik pengumpulan data dapat menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistika, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Wilkinson ( 2011 :4) mengatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian emperis, dimana data berbentuk angka dan dapat dihitung. Penelitian kuantitatif memperhatikan pada pengumpulan dan analisis data dalam bentuk numerik.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2012) metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interprestasi yang tepat. Penelitian deskriptif memperlajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan kegiatan sikap, pandangan, serta proses-proses yag sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena.

Penelitian ini juga dapat digolongkan sebagai penelitian eksplanatori, yakni penelitian yang mendasarkan pada teori atau hipotesisyang akan dipergunakan untuk menguji suatu fenomena yang terjadi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan skala likert yaitu, data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang telah dibagikan pada pelanggan Tempat Tjengkrama.

#### **3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian**

Pada penelitian ini terdapat beberapa Batasan waktu dan tempat yang digunakan agar konteks penelitian mendapatkan hasil yang maksimal. Dalam hal ini waktu yang digunakan untuk penelitian adalah Mei 2022 sampai waktu yang belum ditentukan, dan berlokasi di “Tempat Tjengkrama” karena subjek dan objek penelitian dalam hal ini adalah bagaimana *Customer Bonding* dan *Customer Relationship* terhadap Loyalitas Pelanggan Tempat Tjengkrama di Malang. Penelitian ini mengambil lokasi di *Coffee Shop* Tempat Tjengkarama yang berada di Jl.Soka No.8, Kota Malang.

### **3.3 Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek/Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam suatu atau beberapa hal yang membentuk pokok masalah, dengan munculnya masalah yang terjadi pada subjek/objek maka penelitian dapat dilakukan seperti yang dikatakan oleh Sugiyono (2012:19). Subjek/objek yang diambil adalah para pelayan Café terkait dengan pelayanan yang diberikan kepada para konsumen guna mendapatkan Loyalitas para Pelanggan.

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **1) Populasi**

Menurut Sugiyono (2016), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Customer yang datang dan membeli di Coffee Shop tersebut pada bulan Mei itu pengunjung sangatlah menjadi patokan untuk Café ini sendiri karena provit yang didapatkan melebihi target dan seterusnya pun pengunjung atau pelanggan yang datang melebihi 1000 cup nya perhari. Jumlah populasi tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga. Karena jumlah populasi yang sampai besar yaitu lebih dari 100 dan keterbatasan waktu serta tenaga yang dimiliki, maka jumlah yang akan diambil sebanyak 62 responden yang terdapat dalam populasi tersebut. Dimana menurut Arikunto jika populasi lebih dari 100 orang maka diambil 5% ,10% atau 20% 30% dari jumlah populasi. Sedangkan menurut Guilford jumlah sampel yang diambil adalah lebih besar dari persyaratan minimal sebanyak 62 responden, dimana semakin besar sampel akan memberikan hasil yang akurat.

#### **2) Sampel**

Menurut Sugiyono (2016), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dilakukan secara non probability sampling dan menggunakan metode purposive sampling. Pengambilan sampel secara non probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono,

2016). Sedangkan purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Karena pada penelitian ini besar populasi tidak dapat diketahui berapa jumlahnya,

### **3.5 Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan adalah data primer. Data Primer adalah data yang diperoleh dari tangan pertama untuk analisis berikutnya untuk menemukan solusi atau masalah yang diteliti (Sekaran, 2009). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tanggapan karyawan yang diperoleh melalui kuesioner. Data kuantitatif didapatkan dengan menggunakan skala Likert berupa daftar pertanyaan (kuesioner) yang digolongkan dalam lima tingkatan.

- a) Untuk jawaban sangat tidak setuju diberikan nilai = 1
- b) Untuk jawaban tidak setuju diberikan nilai = 2
- c) Untuk jawaban ragu-ragu diberikan nilai = 3
- d) Untuk jawaban setuju diberikan nilai = 4
- e) Untuk jawaban sangat setuju diberikan nilai = 5

### **3.6 Variabel Penelitian**

#### **1) Identifikasi Variabel**

Pada kasus ini terdapat Variabel Independen dan Variabel Terikat, dimana pada Variabel independen terhadap Customer Bonding dan Customer Relationship sebagai indikator untuk penelitian yang dilakukan pada Coffee Shop Tempat Tjengkrama tersebut dan Variabel terikat yaitu Loyalitas Pelanggan.

#### **2) Defenisi Variabel**

Variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai bisa berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda (Sekaran, 2011 : 105). Penelitian ini hanya menggunakan variabel terikat dari variabel bebas. Variabel terikat (dependent variabel) adalah variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Variabel bebas atau variabel atau prediktor yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat entah secara positif atau negatif ( Sekaran, 2011: 116-117).

Tipe hubungan variabel dalam penelitian ini adalah hubungan sebab-akibat (kausal), yaitu penelitian yang menunjukkan arah hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.

Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Customer Bonding dan Customer Relationship. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan.

### 3) Pengukuran Variabel

Pengukuran Variabel pada penelitian ini menggunakan skala likert pada table pertanyaan. Kuesioner yang diajukan kepada para pelanggan untuk memudahkan dalam perhitungan tentang pengaruh yang ditimbulkan oleh Customer Bonding dan Customer Relationship yang diberikan kepada pelanggan untuk mengetahui Loyalitas Pelanggan itu sendiri

### 3.7 Definisi operasional

Dalam penelitian ini diukur dengan dua variabel independen terdiri dari Customer Bonding dan Customer Relationship serta variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan.

- a) Customer bonding adalah ikatan yang terjadi ketika sebuah perusahaan menguatkan hubungannya dengan pelanggan dengan
  1. Awareness Bonding
  2. Identity Bonding
  3. Relationship Bonding
  4. Community Bonding
  5. Advocacy Bonding
- b) Customer Relationship adalah strategi pendekatan pelanggan dengan melalui proses identifikasi, perekrutan, menjaga dan mengelola hubungan pelanggan dengan baik untuk meningkatkan dan mempertahankan jumlah konsumen dan untuk tetap menggunakan produk dan jasa yang diberikan perusahaan. Sehingga menjadi hubungan seumur hidup yang menguntungkan. Indikator-indikator Customer Relationship n adalah:
  1. Memulai hubungan.
  2. Mengembangkan hubungan.
  3. Menjaga atau memelihara hubungan.
  4. Umpan balik.
  5. Presepsi
- c) Loyalitas Pelanggan  
Loyalitas pelanggan adalah kondisi dimana konsumen mempunyai sikap positif terhadap sebuah merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut, dan bermaksud meneruskan

pembeliannya dimasa mendatang. Sumber: Dharmmesta, (1999) dalam Tjiptono, (2014). Terdapat beberapa dimensi dalam menilai Loyalitas Pelanggan yaitu sebagai berikut :

1. kognitif adalah semua aktivitas mental yang membuat suatu individu mampu menghubungkan, menilai dan mempertimbangkan suatu peristiwa, sehingga individu tersebut mendapatkan pengetahuan setelahnya.
2. Afektif adalah yang berkaitan dengan perasaan atau aspek-aspek emosional, penghargaan-penghargaan, semangat, nilai, minat dan sebagainya contohnya :
  1. Perasaan suka pada sesuatu
  2. Menyukai kebudayaan
  3. Konatif adalah komponen sikap yang berupa kesiapan seseorang untuk berperilaku yang berhubungan dengan objek sikap :
    - (a) Tindakan melawan sesuai dengan sikap yang dimiliki,
    - (b) Perilaku adalah kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi : Berjalan dan berbicara

### **3.8 Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

Data merupakan sekumpulan fakta yang diperoleh dari suatu pengukuran. Pengambilan keputusan yang baik merupakan hasil dari penarikan kesimpulan yang didasarkan pada data atau fakta yang akurat. Agar mendapatkan data atau fakta yang akurat maka diperlukan suatu alat ukur atau instrumen yang baik. Instrumen yang baik ialah instrummen yang valid dan reliabel.

1. Data Primer Menurut Sugiyono (2017), sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data Primer didapat dari sumber informan yaitu individu atau perseorangan seperti hasil kuesioner dan observasi lapangan yang dilakukan oleh peneliti.

2. Data Sekunder Menurut Sugiyono (2017), sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya dengan lewat orang lain atau lewat dokumen. Data ini berguna untuk mendukung informasi primer. Pada penelitian ini data sekunder diperoleh berasal dari jurnal penelitian terdahulu, skripsi, tesis, buku, maupun artikel yang relevan yang berkaitan dengan variabel-variabel yang akan diteliti.

Salah satu hal yang mempengaruhi kualitas hasil penelitian adalah kualitas data yang dikumpulkan. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara. Terdapat 2 sumber data, yaitu: *Café Tempat Tjengkrama*

### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang langsung diambil dari sumbernya. Terdapat 1 cara pengumpulan data primer dalam penelitian ini, yaitu, Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis terhadap responden untuk dijawab. Data yang dihasilkan adalah data kuantitatif.

### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada, yaitu:

- a) Jurnal penelitian terdahulu
- b) Buku-buku dan artikel yang relevan berkaitan dengan variabel-variabel yang akan diteliti.

## 3.9 Metode Analisa Data

### Uji Validasi dan Reabilitas Instrumen Penelitian

#### 3.9.1 Uji Instrumen

Sebelum pengambilan data dilakukan, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap daftar pernyataan yang di gunakan.

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas menunjukkan sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar, 2003). Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS (Statistical Package for Social Science). Untuk menentukan nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, perlu di konsultasikan dengan tabel  $r$  product moment. Kriteria penilaian uji validitas, adalah:

- A. Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat di katakan item kuesioner tersebut valid.
- B. Apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat di katakan item kuesioner tersebut tidak valid.

Menurut (Santoso, 2000) ada dua syarat penting yang berlaku pada sebuah angket, yaitu keharusan sebuah angket untuk valid dan reliabel. Suatu angket di katakan valid jika pernyataan pada suatu angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang di ukur oleh angket tersebut. Sedangkan suatu angket dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan

konsisten dari waktu ke waktu. Di mana validitas data di ukur dengan membandingkan r hasil dengan r tabel (r product moment), jika:

- a.  $r \text{ hasil} > r \text{ tabel}$ , data valid
- b.  $r \text{ hasil} < r \text{ tabel}$ , data tidak valid

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat di percaya. Hasil pengukuran dapat di percaya atau reliabel hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama di peroleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang di ukur dalam diri subjek memang belum berubah. Cara yang di gunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner adalah dengan menggunakan Rumus Koefisien Cronbach Alpha (Azwar, 2003). Pengujian reliabilitas terhadap seluruh item atau pernyataan pada penelitian ini akan menggunakan rumus Koefisien Cronbach Alpha. Nilai Cronbach Alpha pada penelitian ini akan di gunakan nilai 0.6 dengan asumsi bahwa daftar pernyataan yang di uji akan dikatakan reliabel bila nilai Cronbach Alpha  $\geq 0.6$  (Ghozali, 2001). Syarat suatu alat ukur menunjukkan kehandalan yang semakin tinggi adalah apabila koefisien reliabilitas yang mendekati angka satu. Apabila koefisien alpha lebih besar dari 0.6 maka alat ukur di anggap handal atau terdapat internal consistency reliability dan sebaliknya bila alpha lebih kecil dari 0.2 maka di anggap kurang handal atau tidak terdapat internal consistency reliability.

### 3.9.2 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini untuk mengolah data dari hasil penelitian ini dengan menggunakan Analisis Inferensial (kuantitatif). Di mana dalam analisis tersebut dengan menggunakan paket program SPSS. Analisis data di lakukan dengan bantuan Metode Regresi Linear Berganda, tetapi sebelum melakukan analisis regresi linear berganda di gunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas.

#### 1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2001).

Mendeteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normal P-P Plot. Adapun pengambilan keputusan di dasarkan kepada:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tiak mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi di temukan adanya korelasi antar variabel bebas (Imam Ghozali, 2016). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah dengan Menganalisa matrik korelasi variabel bebas jika terdapat korelasi antar variabel bebas yang cukup tinggi (lebih besar dari 0,90) hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas itu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi dengan residualnya, adapun dasar untuk menganalisisnya adalah:

- a. Jika ada pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



### 3.9.3 Uji Regresi Berganda

Setelah melakukan uji asumsi klasik lalu menganalisis dengan metode regresi linear berganda dengan alasan variabel bebas terdiri dari beberapa variabel. Berdasarkan hubungan dua variabel yang di nyatakan dengan persamaan linear dapat di gunakan untuk membuat prediksi (ramalan) tentang besarnya nilai Y (variabel dependen) berdasarkan nilai X tertentu (Variabel independen). Ramalan (prediksi) tersebut akan menjadi lebih baik bila kita tidak hanya memperhatikan satu variabel yang mempengaruhi (variabel independen) sehingga menggunakan analisis regresi linear berganda (Djarwanto, PS, 1994). Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang di gunakan dapat di rumuskan: (Gujarati, 1996).

$$\text{Persamaan : } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Kinerja Karyawan

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

X1 : Variabel motivasi kerja

X2 : Variabel lingkungan kerja

X3 : Variabel pengembangan karir

e : Standar eror

### 3.9.4 Pengujian Hipotesis

Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) di pergunakan untuk mengetahui sampai seberapa besar prosentase variasi variabel terikat pada model dapat di terangkan oleh variabel bebas. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) di nyatakan dalam prosentase. Nilai  $R^2$  ini berkisar antara  $0 < R^2 < 1$ .