

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian explanatory research dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. (Kreativitas et al., 2023) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang memproses data untuk menghasilkan informasi yang terstruktur. Explanatory research merupakan penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya dan hasil penelitian akan dapat menjelaskan hubungan kausal antar variabel dengan cara menguji hipotesis. Penelitian seperti ini digunakan untuk mengetahui apakah suatu eksplisit (keterkaitan sebab-akibat). Identifikasi Store Atmosphere (X1), Kualitas layanan (X2), dan Loyalitas Pelanggan (Y) adalah variabel-variabel yang berhubungan satu sama lain dalam penelitian ini.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018: 117) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi terbagi menjadu dua kategori. Yang pertama adalah populasi terbatas atau terhingga, yang didefinisikan sebagai populasi yang memiliki batasan kuantitatif yang jelas karena atributnya yang terbatas. Yang kedua adalah populasi tak terbatas atau tak terhingga, yang merupakan populasi yang tidak dapat ditemukan batasannya sehingga tidak dapat dihitung dalam jumlah. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung bengkel MJ Motor. Karena jumlah pastinya belum diketahui secara pasti ukuran populasi sebenarnya dari pengunjung bengkel MJ Motor. Jumlah populasi tidak diketahui.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018), karakteristik dan jumlah populasi termasuk sampel. Dalam penelitian ini digunakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas yaitu Accidental Sampling. Kuesioner penelitian disebar kepada pengunjung yang datang ke bengkel. Jumlah kuesioner yang disebar pada bengkel adalah 120 set kuesioner. Pengunjung yang datang ke bengkel pada saat pengambilan data diminta menjadi responden. Pengunjung yang bersedia menjadi responden diberikan seperangkat kuesioner kemudian diminta untuk mengisi dan mengembalikan kuesioner tersebut sebelum meninggalkan bengkel. Jumlah kuesioner yang disebar pada bengkel sebanyak 120 set kuesioner. Pengunjung yang bersedia menjadi responden diberikan seperangkat kuesioner kemudian diminta untuk mengisi dan mengembalikan kuesioner tersebut sebelum meninggalkan bengkel

Menurut Hair et al., (2018) mengenai ukuran sampel penelitian yang digunakan pada penelitian ialah minimal 5 sampai 10 kali jumlah sampel dari item pernyataan yang ada. Berdasarkan jumlah indikator yang ada pada penelitian ini sebanyak 12 indikator. Dengan begitu yang digunakan untuk penelitian jumlah sampel pada penelitian ini adalah indikatormu/item x 10 = 12 x 10 = 120.

3.3 Variabel, Operasional dan Pengukuran

Definisi operasional variabel akan memberikan arah kepada peneliti untuk memenuhi unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Dalam penelitian ini, terdapat satu variabel bebas yaitu store atmosphere, variabel intervening yaitu kualitas layanan (Z) dan variabel terikat, yaitu loyalitas pelanggan (Y).

3.3.1 Variabel Bebas (Independen)

a. *Store Atmosphere* (X)

Store atmosphere adalah karakteristik fisik yang unik dan berbeda yang dimiliki suatu toko dengan tujuan untuk menciptakan citra toko dan menarik pelanggan untuk mengunjungi dan merasakan kenyamanan ditoko tersebut. Adapun indikator store atmosphere yaitu Store exterior, General interior, store layout, dan interior display.

3.3.2 Variabel Intervening

b. Kualitas Layanan (Z)

Kualitas layanan adalah kemampuan dalam memberikan layanan untuk memuaskan pelanggan dengan cara yang efisien yang dapat meningkatkan kinerja bisnis sehingga tercipta kesesuaian dengan keinginan konsumen. Adapun indikator kualitas layanan yaitu responsiveness (daya tanggap), reliability (kehandalan), empathy (perhatian), tangibles (bukti fisik), dan assurance (jaminan).

3.3.3 Variabel Terikat (Dependen)

c. Loyalitas Pelanggan (Y)

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan untuk membeli kembali barang atau jasa yang sama dan bersedia menyarankan orang lain untuk membeli barang atau jasa tersebut. Adapun indikator loyalitas pelanggan yaitu pembelian ulang, pertahanan terhadap pesaing, dan rekomendasi.

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Item	Referensi (Pustaka)
<i>Store Atmosphere (X)</i>	<i>Store Atmosphere</i> adalah karakteristik fisik yang unik dan berbeda yang dimiliki suatu toko dengan tujuan untuk menciptakan citra toko dan menarik pelanggan untuk mengunjungi dan merasakan kenyamanan ditoko tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Store exterior</i> 2. <i>General interior</i> 3. <i>Store layout</i> 4. <i>Interior display</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Store exterior</i> <ol style="list-style-type: none"> a. Tampilan desain depan menarik b. Logo/papan nama mudah dicari c. Logo/papan nama memiliki desain menarik 2. <i>General interior</i> <ol style="list-style-type: none"> a. Pencahayaan dan ventilasi b. Desain luar menarik c. Pintu masuk cukup lebar 3. <i>Store layout</i> <ol style="list-style-type: none"> a. Tempat antri dan toilet memadai b. Lingkungan nyaman c. Tempat parkir luas 4. <i>Interior display</i> <ol style="list-style-type: none"> a. Pemajangan produk menarik b. Sistem pengelompokkan suku cadang sistematis 	Tanjung (2018)

Variabel	Definisi	Indikator	Item	Referensi (Pustaka)
			c. Penataan suku cadang di tata rapi	
Kualitas Layanan (Z)	Kualitas layanan adalah kemampuan dalam memberikan layanan untuk memuaskan pelanggan dengan cara yang efisien yang dapat meningkatkan kinerja bisnis sehingga tercipta kesesuaian dengan keinginan konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Responsiveness (daya tanggap) 2. Reliability (kehandalan) 3. Emphaty (perhatian) 4. Tangibles (bukti fisik) 5. Assurance (jaminan) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Responsiveness (daya tanggap) <ol style="list-style-type: none"> a. Karyawan tanggap b. Karyawan cepat mendeteksi kerusakan c. Karyawan memiliki pengetahuan luas 2. Reliability (kehandalan) <ol style="list-style-type: none"> a. Karyawan memberi informasi akurat b. Jam kerja karyawan sesuai konsumen c. Karyawan sangat terampil 3. Emphaty (perhatian) <ol style="list-style-type: none"> a. Karyawan memberikan 3S b. Karyawan siap dikritik dan diberi saran c. Karyawan siap menanggapi via telepon 	Harfika dan Abdullah (2020)

Variabel	Definisi	Indikator	Item	Referensi (Pustaka)
			4. Tangibles (bukti fisik) <ul style="list-style-type: none"> a. Tempat parkir gratis b. Seragam karyawan rapi dan menarik c. Ruangan bengkel bersih 5. Assurance (jaminan) <ul style="list-style-type: none"> a. Karyawan memahami produk b. Garansi servis c. Ketepatan urutan antrian 	
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan untuk membeli kembali barang atau jasa yang sama dan bersedia menyarankan orang lain untuk membeli barang atau jasa tersebut	1. Pembelian ulang 2. Pertahanan terhadap pesaing 3. Rekomendasi	1. Pembelian ulang <ul style="list-style-type: none"> a. Pelayanan dan fasilitas sesuai harapan b. Melakukan servis kembali c. Merasa puas 2. Pertahanan terhadap pesaing <ul style="list-style-type: none"> a. Tidak pindah ke pesaing b. Selalu menggunakan ulang c. Nilai jasa lebih terjangkau 3. Rekomendasi	Sari & Yasa (2020)

Variabel	Definisi	Indikator	Item	Referensi (Pustaka)
			a. Merekomendasikan ke pihak lain b. Tidak tertarik ke tempat lain c. Puas dengan servis	

Sumber: Dari Berbagai Sumber, 2023

3.4 Metode Pengukuran Data

Pada bagian ini, akan mempelajari cara metode melakukan pengukuran serta alat ukur yang dapat digunakan sebagai dasar menentukan besarnya. Jadi pada dasarnya, setiap kali melakukan kegiatan pengukuran, peneliti dituntut untuk dapat menentukan besaran (*parameter*) ukuran (*mesurement*) yang akan dipergunakan untuk melakukan kegiatan pengukuran.

Skala pengukuran adalah alat yang dipergunakan oleh peneliti untuk memperoleh dan mendapatkan data sesuai dengan spesifikasi dan dibutuhkan. Skala pengukuran ini biasanya digunakan untuk menyusun suatu kuesioner sebagai salah satu alat pengukuran data. Dalam penelitian ini skala pengukuran *likert*, menurut (Warsah & Nuzuar, 2018) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

Tabel 3. 2
Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1 .	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak setuju	2
5.	Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono, 2018

Instrumen penelitian menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda.

3.5 Pengujian Keabsahan Data

3.5.1 Uji Validitas

Ghozali (2018) menyatakan uji validitas merupakan alat yang dipakai untuk mengetahui kevalidan kuesionar. Tetapi pada konteks ini validitas memiliki arti yang berbeda, hal ini mengacu sejauh mana hasil penelitian (1) akurat menunjukkan data yang dikumpulkan dan (2) dapat digeneralisasikan atau diganti ke konteks atau keadaan yang lain.

Validitas data ialah ukuran tingkat kesahan instrument dengan tingkat kevalidan tinggi menunjukkan validnya instrument dan rendahnya validitas instrument menyatakan kurang valid. Kevalidan instrumen diketahui dari kemampuannya dalam mengumpulkan informasi yang dibutuhkan peneliti tentang tujuan penelitian Dan rendahnya penyimpangan yang terjadi didalamnya.

Teknik uji validitas yakni teknik korelasi produk moment dari pearson. Nilai korelasi r_0 dikorelasikan dengan angka kritis (tabel korelasi), dengan taraf signifikansi 5% dan jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataan tersebut valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran yang mana pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi merupakan pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (reliable) dan jika alat ukur tersebut digunakan kepada banyak orang hasilnya akan sama. Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik. Reliabilitas disebut juga sebagai keterpercayaan, keterhandalan, konsistensi, dan sebagainya, namun ide pokok dalam konsep realibilitas adalah sejauh mana hasil sebuah pengukuran dapat dipercaya, artinya sejauh mana data hasil suatu pengukuran terbebas dari kekeliruan pengukuran (measurement error).

Teknik perhitungan koefisien realibilitas yang digunakan disini adalah dengan menggunakan rumus koefisien reliabilitas Cronach Alpha karena pilihan jawaban bersifat tingkatan. Dalam menguji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Nilai reabilitas yang semakin tinggi dari nilai propabilitas 0,60 akan menunjukkan semakin realibel sebuah kuesioner.

3.6 Analisa Data

3.6.1 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini dilakukan pengujian atas analisis regresi linear sederhana. Dalam melakukan analisis regresi terhadap beberapa asumsi yang harus dipenuhi sehingga persamaan regresi yang dihasilkan valid jika digunakan untuk memprediksi diantaranya:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah residual yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang dimiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan Test of Normality Kolmogorov-Smirnov dalam program SPSS.

Menurut Singgih Santoso (2018) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic Significance), yaitu:

1. Jika probabilitas $\geq 0,05$ maka distribusi residual adalah normal.
2. Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi residual adalah tidak normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali dan Ratmono, 2017). Dalam pengamatan ini dapat dilakukan dengan cara uji Glejser. Uji Glejser adalah uji hipotesis untuk mengetahui apakah sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregres absolut residual. Dasar pengambilan keputusan dengan uji glejser adalah:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data terjadi heteroskedastisitas.

3.6.2 Analisa Jalur

Sugiyono (2018:70) menyatakan bahwa analisa jalur adalah bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk memeriksa hubungan sebab akibat antara satu variabel lain. Analisa jalur menggunakan kombinasi korelasi, regresi, dan jalur untuk menentukan variabel.

Adapun manfaat dari analisis jalur diantaranya adalah:

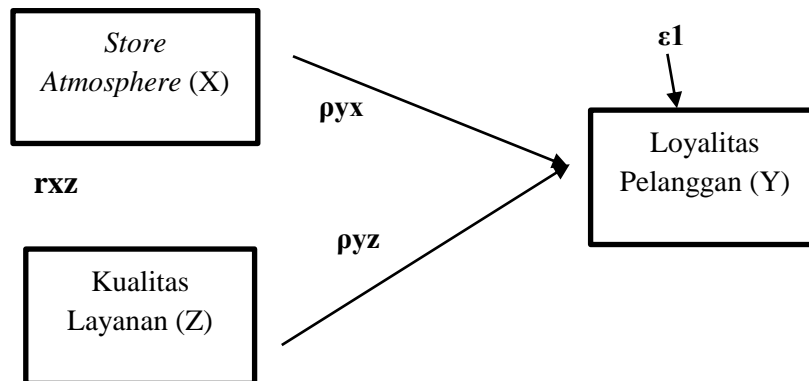
1. Untuk penjelasan terhadap fenomena yang dipelajari atau permasalahan yang diteliti.
2. Prediksi nilai variabel endogen (Y) berdasarkan nilai variabel eksogen (X).

Faktor determinan yaitu penentuan variabel bebas mana yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat, juga dapat digunakan untuk menelusuri mekanisme pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.6.3 Teknik Pengujian Analisa Jalur

- a) Konsep Dasar Analisis jalur adalah bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan akibat antar satu variabel dengan variabel lainnya. Dalam analisis jalur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat berupa pengaruh langsung dan tidak langsung (direct and direct effect), atau dengan kata lain analisis jalur memperhitungkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung. Model path analysis dalam penelitian ini adalah mediated path model.
- b) Path Diagram (Diagram Jalur)

Diagram jalur adalah alat untuk melukiskan secara grafis, struktur hubungan kausalitas antar variabel independen, intervening dan dependen. Model diagram jalur dibuat berdasarkan variabel yang diteliti, dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah store atmosphere (X), kualitas layanan (Z), loyalitas pelanggan (Y). Berikut model diagram jalur dilihat di gambar 3.1.



Gambar 3. 1 Diagram Jalur (*Path Diagram*)

Keterangan:

X: *Store Atmosphere*

Z: Kualitas Layanan

Y: Loyalitas Pelanggan

ρ (rho): koefisien masing – masing variabel

ρ_{yx} : Koefisien jalur *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan

ρ_{yz} : Koefisien jalur kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan

r_{xz} : Koefisien korelasi antara *store atmosphere* terhadap kualitas layanan

ε (epsilon): faktor lain yang mempengaruhi variabel dependen (diluar yang dipengaruhi yang tidak diteliti)

Persamaan Jalur Sub Struktural:

$$Y = \rho_{yx}X + \rho_{yz}Z + \varepsilon_1$$

Berdasarkan diagram di atas dapat kita lihat bagaimana pengaruh langsung dan tidak langsung tersebut. Juanim (2014), Pengaruh langsung merupakan pengaruh dari satu variabel independen ke variabel dependen tanpa melalui variabel lain.

3.6.4 Uji Hipotesis

a) Uji t (Parsial)

Uji T ini dilakukan untuk menentukan apakah masing-masing variabel Independen mempengaruhi variabel Dependen. Setiap peneliti mengusulkan dua kategori hipotesa nol (H_0) dan hipotesa alternative (H_a) (Widarjono,2018) Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% dan melakukan perbandingan antara t hitung dengan t tabel. Jika nilai t hitung > t tabel maka setiap variabel bebas yang diteliti berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika nilai t hitung < t tabel maka setiap variabel bebas yang diteliti tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

b) Uji Mediasi (Sobel test)

Untuk menguji variabel mediasi digunakan uji sobel, digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi yaitu kemampuan belanja. Menurut Ghazali (2018). Suatu variabel disebut intervening jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Uji Sobel untuk menguji kekuatan dari pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Y) melalui variabel intervening (Z). Adapun hasil sobel test menggunakan Daniel soper kalkulator sobel.