

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kausal (sebab-akibat) yaitu penelitian yang bersifat menjelaskan pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Penelitian ini bersifat kausal (sebab-akibat) yaitu penelitian dengan memfokuskan pada beberapa variabel yang berhubungan (paradigma penelitian), merupakan pola pikir yang menunjukkan hubungan variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis dan teknik analisis yang akan digunakan Sugiyono (2010: 59).

3.2 Lokasi Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih, maka lokasi penelitian ini dilakukan pada Warung Apoeng Rahmawati Jl.Dr Wahidin Sudirohusodo No.109 Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Sugiyono (2010:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Warung Apung Rahmawati Gresik yang pernah membeli produk dan menikmati di Warung Apung Rahmawati Gresik secara berulang.

3.3.2. Sampel

Sugiyono (2010:81) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Dalam penelitian ini penarikan sampel dilakukan dengan teknik *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel Sugiyono (2010:82).

Menurut Irawan dalam Sukandarrumidi (2004:54) mengatakan bahwa jumlah sampel minimum adalah 100. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Adapun ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan rumus coachran:

$$n = P (1 - P) (Z / E)^2$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

P = populasi dengan probabilitas 0,5

Z = tingkat kepercayaan 95%, Z = 1,96

E = standar error

Maka, n (jumlah sampel) = $0,5 (1 - 0,5) (1,96 / 0,1)^2 = 0,25 (384,16) , =$
96,04 (dibulatkan menjadi 100 sampel)

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data adalah kumpulan angka-angka yang berhubungan dengan observasi. Menurut Sugiyono (2010;193).

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli. Sumber data di dapat dari hasil penyebaran kuesioner berisi tentang *Atmosphere*, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk Warung Apung Rahmawati di Gresik

3.5 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilaksanakan dengan melalui kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket atau daftar pertanyaan kepada responden agar didapat keterangan dan data yang lebih terperinci tentang masalah yang sedang diteliti. Jawaban yang diharapkan dalam penelitian ini telah disediakan sehingga responden tinggal memilih jawaban yang dianggap sesuai.

3.6 Identifikasi dan Operasional Variabel

Variabel-variabel yang digunakan dalam “Pengaruh *Atmosphere*, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan dalam terhadap loyalitas pelanggan di Gresik” adalah:

1. Variabel *Atmosphere* (suasana toko) (X_1)

Adalah suasana rumah makan yang diciptakan oleh Warung Apoeng Rahmawati dalam menata *atmosphere* guna memberi kenyamanan para pelanggan. *Atmosphere* memiliki indikator sebagai berikut:

- a. Bagian depan toko (*store exterior*)
- b. Tata ruang dalam toko (*general interior*)
- c. Tata letak toko (*store layout*)
- d. Tanda informasi (*interior display*)

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Kualitas pelayanan yaitu persepsi pandangan yang secara nyata diterima oleh pelanggan (*perceived service*) dengan layanan yang diinginkan oleh pelanggan. Adapun indikator kualitas pelayanan yaitu:

- a. *Tangible* .
- b. *Reliability* (keandalan).
- c. *Responsiveness* (daya tanggap).
- d. *Assurance* (jaminan).
- e. *Empathy* (empati)

3. Variabel Nilai Pelanggan (Y)

Adalah nilai pelanggan adalah selisih antara manfaat yang diperoleh konsumen dari suatu produk atau jasa dengan upaya dan pengorbanan yang dilakukannya untuk mendapatkan dan menggunakan produk itu. Nilai pelanggan memiliki indikator sebagai berikut:

- a. Nilai kinerja
- b. Nilai harga
- c. Nilai sosial

4. Variabel Loyalitas Pelanggan (Z)

Loyalitas adalah komitmen pelanggan untuk bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten. loyalitas pelanggan memiliki indikator yaitu :

- a. Melakukan pembelian berulang secara teratur
- b. Tetap memilih merek tersebut
- c. Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain

3.7 Pengukuran Variabel

Pengukuran dari tiap variabel dilakukan dengan alat bantu menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2010:93) menyatakan bahwa 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.

Biasanya indikator ini diamati dengan menggunakan kuesioner atau angket yang bertujuan untuk mengetahui pendapat responden tentang sesuatu hal. Skala yang sering dipakai adalah skala ordinal yaitu skala yang berisi 5 tingkat preferensi jawaban.

Preferensi yang dimaksud memberikan pilihan terhadap responden yang menunjukkan preferensi sangat setuju atau sangat tidak setuju kepada setiap pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang dinilai.

1. Responden akan mendapat nilai 5 bila responden menjawab SS (Sangat Tidak Setuju)
2. Responden akan mendapat nilai 4 apabila responden menjawab S (Tidak Setuju).
3. Responden akan mendapat nilai 3 apabila responden menjawab N (Netral).
4. Responden akan mendapat nilai 2 apabila responden menjawab TS (Setuju).
5. Responden mendapat nilai 1 apabila responden menjawab STS (Sangat Setuju).

3.8 Uji Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen (Sugiyono,2008:172). Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.Tinggi rendahnya validitas instrumen

menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Cara yang dipakai dalam menguji tingkat validitas adalah dengan variabel internal, yaitu menguji apakah terdapat kesesuaian antara bagian instrumen secara keseluruhan. Untuk mengukurnya menggunakan analisis butir. Pengukuran pada analisis butir yaitu dengan cara skor-skor yang ada kemudian dikorelasikan dengan menggunakan Rumus korelasi product moment yang dikemukakan oleh Santoso, (2005 : 280) dalam Ernawati (2010) sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Singarimbun, 1989 : 137})$$

dengan pengertian

- r : koefisien korelasi antara x dan y r_{xy}
- N : Jumlah Responden
- X : Skor item
- Y : Skor total
- $\sum X$: Jumlah skor items
- $\sum Y$: Jumlah skor total
- $\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor item
- $\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total

Kesesuaian harga r diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan rumus diatas dikonsultasikan dengan tabel harga regresi moment dengan korelasi harga r lebih besar atau sama dengan regresi tabel, maka butir instrumen tersebut valid dan jika r lebih kecil dari regresi tabel maka butir instrumen tersebut tidak valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas (kehandalan) adalah nilai yang menunjukkan sejauh mana suatu alatb pengukur dapat dipercaya dan dapat diandalkan (konsisten). Dalam uji

reliabilitas ini suatu butir atau variabel dikatakan reliabel jika $r_{\text{alpha}} > r_{\text{table}}$ (Santoso, 2001;280).

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang menjelaskan.

Rumus Uji Durbin Watson sebagai berikut: (Alhusin; 2003)

$$d = \frac{\sum(e_n - e_{n-1})^2}{\sum e_x^2}$$

Keterangan:

D = nilai Durbin Watson
 e = residual

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Terjadi multikolinieritas pada variabel-variabel independen jika kolerasi antar variabel independen / bebas sangat tinggi atau mendekati 1 (Sarwono, 2012). Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2005; 91). Untuk mengetahui ada tidaknya multikolonieritas pada suatu model regresi, diantaranya dengan melihat nilai tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor) Priyatno (2008:39) yaitu:

1. Jika nilai tolerance > 0.10 dan VIF < 10 , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolonieritas pada penelitian tersebut.
2. Jika nilai tolerance < 0.10 dan VIF > 10 , maka dapat diartikan bahwa terjadi gangguan multikolonieritas pada penelitian tersebut.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut *homoskedastisitas*. Jika *variance* tersebut berbeda, maka disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas Ghozali (2005;105).

Gejala heteroskedastisitas terjadi sebagai akibat ketidaksamaan data, terlalu bervariasinya data yang diteliti. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas (Ghozali, 2005;105) salah satunya yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Dasar analisisnya adalah:

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

3.10 Teknik Analisis Data

Analisis data diolah dengan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 15.0, sebagai berikut:

3.10.1 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur (*Path Analysis*) mempunyai kedekatan dengan regresi berganda. Dengan kata lain, regresi berganda merupakan bentuk khusus dari analisis jalur (Riduwan dan Sunarto, 2007). Analisis jalur (*Path Analysis*) adalah suatu teknik pengembangan dari regresi linier ganda. Teknik ini digunakan untuk menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel X_1 dan X_2 terhadap Y serta dampaknya terhadap Z . “Analisis jalur ialah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya

mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung” Retherford, (1993).

Berdasarkan teori-teori yang telah dipaparkan pada bab 2, terdapat hubungan antara X terhadap Y, Y terhadap Z, dan antara X terhadap Z, sehingga dalam penelitian ini menggunakan model *path analysis*. Berdasarkan diagram jalur yang telah disusun oleh penulis, maka dapat dibuat ke dalam persamaan berikut:

$$\begin{aligned} Y &= \rho_{YX_1}X_1 + \rho_{YX_2}X_2 + e_1 \\ Z &= \rho_{ZX_2}X_2 + \rho_{ZY}Y + e_2 \end{aligned}$$

Keterangan:

- X_1 = *Atmosphere*
- X_2 = Kualitas pelayanan
- Y = Nilai pelanggan
- Z = Loyalitas pelanggan
- e = standar error

3.11 Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis, maka dilakukan uji t dimana untuk menguji hipotesis secara parsial dapat dihitung dengan menggunakan rumus (Kusnendi, 2005;12):

$$t = \frac{\rho k}{Se_{\rho k}} ; (df = n - k - 1)$$

Keterangan:

- Pk = koefisien jalur yang akan diuji
- k = jumlah variabel bebas yang terdapat dalam subkultur
- n = jumlah data
- Se_{pk} = standar error koefisien jalur
- Df = *degree of freedom* / derajat bebas

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

H_0 ditolak, H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

H_0 diterima, H_a ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$