

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif 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 penelitian akan dilakukan di Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang Gresik. Jl. Veteran No. 157, Kecamatan Kebomas Gresik Jawa Timur.

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 Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang Gresik. Jl. Veteran No. 157, Kecamatan Kebomas Gresik Jawa Timur tidak diketahui jumlahnya dan yang menggunakan atau membeli produk Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang Gresik lebih dari satu kali.

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 *probability sampling* dengan pendekatan *random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel. Sugiyono (2010:90). Menurut Irawan dalam Sukandarrumidi (2010:54) mengatakan bahwa jumlah sampel minimum adalah 100 responden Restoran Ikan Bakar Cianjur yang pernah membeli lebih dari satu kali.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak

tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data”.

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku, jurnal, literatur, website dan bacaan yang berkaitan dengan penelitian ini..

3.4.1 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 Pengaruh Kepercayaan, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Komitmen Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang 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 Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.6.1 Identifikasi Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2008:58)

1. Variabel bebas / *Independent*

Variabel *Independent* (bebas) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini:

- a. Kepercayaan (X1)
- b. Nilai Pelanggan (X2)
- c. Kepuasan Pelanggan (X3)
- d. Komitmen Pelanggan (X4)

2. Variabel terikat / *Dependent*

Variabel dependent (terikat) adalah suatu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah loyalitas pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang Gresik.

3.6.2 Definisi Operasional

Variabel-variabel yang digunakan dalam “Pengaruh Kepercayaan, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Komitmen Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang Gresik” adalah:

1. Variabel Kepercayaan (X₁)

Kepercayaan adalah sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian. mempunyai indikator dari variabel kepercayaan pelanggan adalah :

- a. Kemanan.
- b. Menepati janji.
- c. Berkualitas.

2. Variabel Nilai Pelanggan (X₂)

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. Menurut Vanessa, (2007:65) nilai pelanggan memiliki indikator sebagai berikut:

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

3. Variabel Kepuasan Pelanggan (X₃)

Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira. Menurut Kotler dan Armstrong (2001:9) kepuasan konsumen memiliki indikator sebagai berikut:

- a. Tidak ada keluhan

- b. Perasaan puas pada keseluruhan produk
- c. Kesesuaian dengan harapan
- d. Harapan yang terlampaui .

4. Variabel Komitmen (X4)

Komitmen ialah keyakinan akan pentingnya suatu hubungan yang sangat berarti sebagai jaminan atas kerja keras untuk mempertahankan hubungan tersebut. Komitmen pelanggan mempunyai indikator sebagai berikut:

- a. Kepedulian Pelanggan
- b. Hubungan pelanggan
- c. Mempertahankan Hubungan

5. Variabel Loyalitas Pelanggan (Z)

Loyalitas adalah komitmen pelanggan untuk bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten. Menurut Widjaja (2008:6) loyalitas pelanggan memiliki indikator yaitu :

- a. Melakukan pembelian berulang secara teratur
- b. Tetap memilih rumah makan IBC tersebut
- c. Merekomendasikan rumah makan IBC 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 Setuju)
2. Responden akan mendapat nilai 4 apabila responden menjawab S (Setuju).
3. Responden akan mendapat nilai 3 apabila responden menjawab N (Netral).
4. Responden akan mendapat nilai 2 apabila responden menjawab TS (Tidak Setuju).
5. Responden mendapat nilai 1 apabila responden menjawab STS (Sangat Tidak 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 alat 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, (2009;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; 2006)

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

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, 2009; 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 (2009;105).

Gejala heteroskedastisitas terjadi sebagai akibat ketidaksamaan data, terlalu bervariasinya data yang diteliti. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas Ghozali, (2009;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 kuantitatif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat bilangan atau berupa angka-angka. Sumber data yang digunakan dari penelitian ini adalah penarikan data primer dengan menggunakan kuisioner. Data tersebut dikuantitatifkan dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban responden Sugiyono (2004:86).

3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas dengan tujuan untuk memprediksi nilai rata-rata variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui Gozhali, (2005:43).

Persamaan garis regresi linier berganda dapat ditulis sebagai berikut:

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

Dimana:

Y	=	Loyalitas pelanggan
a	=	Nilai konstanta
X ₁	=	Kepercayaan
X ₂	=	Nilai Pelanggan
X ₃	=	Kepuasan
X ₄	=	Komitmen
b ₁	=	Koefisien regresi dari X ₁
b ₂	=	Koefisien regresi dari X ₂
b ₃	=	Koefisien regresi dari X ₃
b ₄	=	Koefisien regresi dari X ₄
e	=	Error

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tahap-tahap sebagai berikut:

1. Menguji hipotesis dengan alat bantu hitung SPSS
2. Menentukan hipotesis.

3.10.2 Uji Hipotesis

Untuk menguji suatu hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti, maka dilakukan uji statistik, yaitu:

3.10.2.1. Uji t

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh hipotesis yang telah disajikan yaitu:

1. Diduga ada pengaruh antara kepercayaan terhadap loyalitas Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang di Gresik.
2. Diduga ada pengaruh antara nilai pelanggan terhadap loyalitas Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang di Gresik.
3. Diduga ada pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang di Gresik.
4. Diduga ada pengaruh antara komitmen terhadap loyalitas Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang di Gresik
5. Apakah kepercayaan, nilai pelanggan, kepuasan dan komitmen secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang di Gresik

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap:

1. Merumuskan hipotesis statistik

H_0 : $b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$, artinya kepercayaan, nilai pelanggan, kepuasan dan komitmen secara parsial tidak ada pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

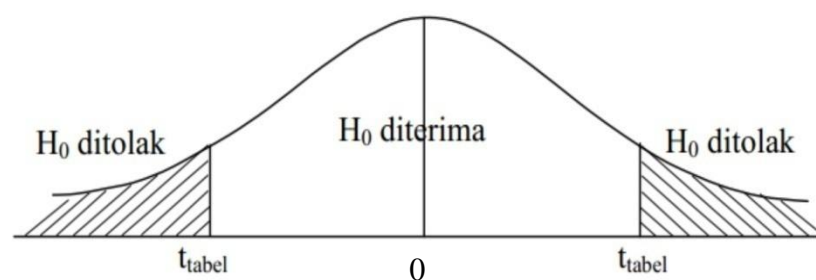
H_a : $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$, artinya artinya kepercayaan, nilai pelanggan, kepuasan dan komitmen secara parsial ada pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

2. Menentukan t_{tabel}

Menentukan taraf nyata (α) 5%, derajat bebas atau *degree of freedom* (df) $n-k-1$, dimana n = jumlah pengamatan dan k = jumlah variabel untuk menentukan nilai t_{tabel} .

3. Kriteria yang dipakai dalam uji t adalah:

- a. Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pengaruh nyata antara artinya kepercayaan, nilai pelanggan, kepuasan dan komitmen secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian hipotesis satu, dua, tiga dan empat terbukti kebenarannya.
- b. Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh nyata antara artinya kepercayaan, nilai pelanggan, kepuasan dan komitmen secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian hipotesis satu, dua, tiga dan empat tidak terbukti kebenarannya.



Gambar 3.1
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t

3.10.2.2. Uji F

Uji ini digunakan untuk menguji hipotesis ketiga yaitu, diduga ada pengaruh secara simultan artinya kepercayaan, nilai pelanggan, kepuasan dan komitmen berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang di Gresik.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap:

1. Merumuskan hipotesis statistik

H_0 : $b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$, artinya kepercayaan, nilai pelanggan, kepuasan dan komitmen tidak berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang di Gresik.

H_a : $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$, artinya artinya kepercayaan, nilai pelanggan, kepuasan dan komitmen berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang di Gresik.

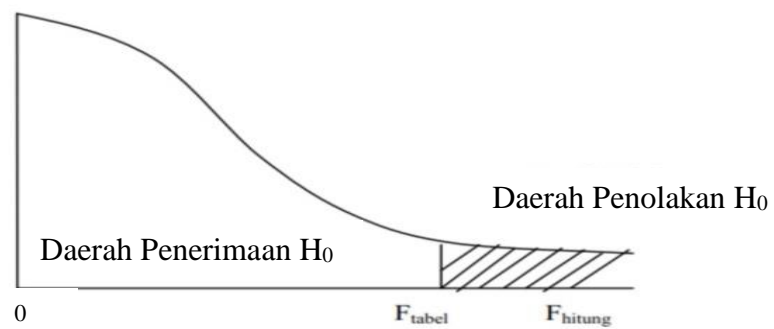
2. Menentukan F_{tabel}

Menentukan taraf nyata (α) = 0,05 atau 5% dan $df = (k-1); (n-k)$ untuk menentukan nilai F_{tabel}

3. Kriteria yang dipakai dalam uji F adalah:

- a. Apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kepercayaan, nilai pelanggan, kepuasan dan komitmen berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang di Gresik. Dengan demikian hipotesis kelima terbukti kebenarannya.

- b. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> \alpha (0,05)$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya kepercayaan, nilai pelanggan, kepuasan dan komitmen tidak berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang di Gresik. Dengan demikian hipotesis kelima tidak terbukti kebenarannya.



Gambar 3.2
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji F