

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2024, p.16-17) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen menggunakan instrumen penelitian, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut (Aiman et al., 2022, p.8) penelitian deskriptif merupakan salah satu macam-macam metode penelitian kuantitatif dengan suatu rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas, dan mendalam.

Dengan variabel penelitian kepuasan konsumen, citra merek, komitmen, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan.

3.2 Objek/Subjek Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Menurut Rahmadi dalam (Aiman et al., 2022, p.60) menyatakan bahwa objek penelitian menjadi permasalahan yang diteliti oleh peneliti. Objek pada penelitian ini adalah Hotel Duta Palembang yang berkaitan dengan faktor Kepuasan Konsumen, Citra Merek, Komitmen, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

3.2.2 Subjek Penelitian

Menurut (Aiman et al., 2022, p.60) menyatakan bahwa subjek penelitian sebagai sumber data penelitian berasal dari variabel-variabel yang diteliti dapat berupa individu (manusia/responden) atau hewan, kelas, perusahaan, industry ataupun wilayah (daerah). Subjek penelitian pada penelitian ini adalah tamu Hotel Duta Palembang.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2024, p.126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian akan ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian adalah tamu Hotel Duta Palembang.

3.3.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2024, p.127) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang memiliki populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling*, dimana menurut (Sugiyono, 2024, p.131) *nonprobability sampling* merupakan Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah Teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2024, p.133). Adapun kriteria dalam pengambilan sampel yaitu:

1. Tamu Hotel Duta Palembang berumur 17 tahun.
2. Tamu Hotel Duta Palembang yang telah menginap lebih dari 2 kali.

Untuk menentukan jumlah anggota sampel penelitian ini menggunakan rumus Roscoe dalam (Sugiyono, 2024, p.144), dengan ketentuan:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel

minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (dependen+dependen), maka jumlah anggota sampel $5 \times 10 = 50$

4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s.d 20.

Berdasarkan uraian diatas, poin nomor tiga sebagai acuan di dalam menentukan jumlah anggota sampel yang akan digunakan pada penelitian ini, yaitu 10×21 indikator = 210. Jadi jumlah sampel yang dipakai berjumlah 210 sampel untuk dibagikan ke responden.

3.4 Jenis Data

Data terdiri atas dua macam yaitu data primer dan data sekunder. Menurut (Sugiyono, 2024, p.194) data primer merupakan sumber data yang langsung diberikan data kepada pengumpul data. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2024, p.194) menyatakan bahwa data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang digunakan dari hasil wawancara, kuesioner dan observasi.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2024, p.296) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian

adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara antara lain:

3.5.1 Wawancara (*interview*)

Menurut (Sugiyono, 2024, p.195) menyatakan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya lebih sedikit/kecil.

3.5.2 Kuesioner (Angket)

Menurut (Sugiyono, 2024, p.199) menyatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

3.5.3 Observasi

Menurut (Sugiyono, 2024, p.203) observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Menurut (Aiman et al., 2022, p.56) menyatakan bahwa definisi operasional merupakan variabel dan cara pengukuran variabel secara spesifik yang tersusun dalam bentuk matrik (berisi nama variabel, deskripsi variabel, alat dan cara pengukuran, skala ukur dan hasil ukur). Dalam penelitian kuantitatif hubungan variabel terhadap objek yang diteliti bersifat sebab dan akibat yang terkait dengan variabel independen dan variabel dependen.

3.6.1 Variabel Independen

Menurut (Sugiyono, 2024, p.69) menyatakan variabel bebas/independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Berikut variabel independen yang digunakan:

1. Kepuasan Konsumen

Menurut Meithiana indrasari dalam (Siswati et al, 2024, p.40-41) kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

2. Citra Merek

Menurut Aaker dalam (Syarifudin, 2019, p.10) menyatakan bahwa citra merek merupakan kumpulan asosiasi yang diorganisir menjadi suatu yang berarti.

3. Komitmen

Menurut Rismi dalam (Susriyanti et al, 2020, p.37) komitmen adalah sesuatu yang akan mendorong munculnya keinginan untuk menjalin hubungan hubungan yang dianggap penting dimana keinginan itu sangat kuat atau tinggi dan memiliki nilai bagi pelanggan

4. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dalam (Indrasari, 2019, p.61) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

3.6.2 Variabel dependen

Menurut (Sugiyono, 2024, p.69) menyatakan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen penelitian ini yaitu Loyalitas Pelanggan.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala
1.	(Variabel Dependen) Y: Loyalitas Pelanggan	Menurut (Siswati et al, 2024, p.46)Loyalitas pelanggan merupakan kecenderungan pelanggan untuk membeli sebuah produk atau	Menurut (Syarifudin et al, 2019, p.9) Adapun indikator loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut: 1. Pelanggan mengatakan hal positif.	<i>Likert</i>

		menggunakan jasa yang telah diberikan oleh suatu perusahaan dengan konsistensi yang tinggi	<ol style="list-style-type: none"> 2. Memberikan rekomendasi kepada pihak lain. 3. Melakukan pembelian ulang. 4. Tidak melakukan peralihan ditempat lain 5. Pilihan pertama dalam melakukan pembelian. 6. Mempercayai jasa yang digunakan. 	
2.	(Variabel Independen) X ₁ : Kepuasan Konsumen	Menurut Irwansyah & Mappadeceng dalam (Siswati et al, 2024, p.39)kepuasan konsumen merujuk pada sejauh mana seorang pelanggan puas dengan layanan atau produk ketika kebutuhan dan harapannya terpenuhi.	Menurut (Indrasari, 2019, p.92) indikator kepuasan adalah sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan. 2. Minat berkunjung kembali. 3. Kesiediaan merekomendasikan 	<i>Likert</i>
3.	(Variabel Independen) X ₂ : Citra Merek	Citra merek (brand image) menurut Keller dalam (Syarifudin, 2019, p.10)adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada merek tersebut.	Menurut Keller dalam (Syarifudin, 2019, p.12-13)indikator citra merek adalah sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Brand Strength</i>, 2. <i>Brand favorable</i> 3. <i>Brand Uniqueness</i> 	<i>Likert</i>
4.	(Variabel Independen) X ₃ : Komitmen	Menurut Rismi dalam (Susriyanti et al., 2020, p.37) komitmen adalah sesuatu yang akan mendorong munculnya keinginan untuk menjalin hubungan hubungan yang dianggap penting dimana keinginan itu sangat	Menurut Gustafsson et al, dalam (Warsito, 2021, p.47)indikator komitmen adalah sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> 1. Senang menjadi pelanggan perusahaan 2. Operator melakukan perawatan terbaik pelanggan 3. Adanya timbal balik dengan perusahaan 	<i>Likert</i>

		kuat atau tinggi dan memiliki nilai bagi pelanggan.	4. Memiliki kepercayaan terhadap perusahaan.	
5.	(Variabel Independen) X ₄ : Kualitas Pelayanan	Menurut Tjiptono dalam (Indrasari, 2019, p.61) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.	Indikator kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi & Hamdani dalam (Indrasari, 2019, p.63-64) adalah sebagai berikut: 1. Berwujud 2. Keandalan 3. Ketanggapan 4. Jaminan dan kepastian 5. Empati.	<i>Likert</i>

Sumber: Penulis, 2024

3.7 Skala Pengukuran Variabel

Menurut (Sugiyono, 2024) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Skala likert digunakan untuk data tanggapan responden mengenai Pengaruh Kepuasan Konsumen, Citra Merek, Komitmen, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Hotel Duta Palembang.

Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert

Skala	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu – Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugioyono (2024, p.147)

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2021, p.66) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Kuisisioner ini akan dikatakan valid jika pertanyaan kuisisioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Jika dilakukan perbandingan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

3.8.2 Uji Reabilitas

Menurut (Ghozali, 2021, p.61) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang digunakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengetahui suatu reliabel tidaknya suatu instrumen terlihat dari ukuran kemantapan α . Jika dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.70 .

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Menurut (Sujarweni, 2019, p.255) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya. Menurut Ghozali dalam (Sujarweni, 2019, p.225) Jika signifikan $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2021, p.157) menyatakan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi caranya dapat terlihat dari nilai tolerance dan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 maka menunjukkan adanya multikolinieritas.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2021, p.178) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model

regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain Uji heteroskedastisitas ini terdiri dari melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID, Uji Park, Uji Glesjer dan Uji White.

3.98.3.4 Uji Autokorelasi

Menurut (Ghozali, 2021, p.162) menyatakan bahwa uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Uji autokorelasi ini terdiri dari uji Durbin-Watson (DW test), uji Langrange Multiplier (LM test), uji statistic Q dan run test.

3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Sujarweni, 2019, p.227) penelitian ini bertujuan melihat pengaruh antara variabel independent dan variabel dependen dengan skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linear, dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yang diolah dengan perangkat lunak SPSS. Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \beta X_4 + e$$

Dimana:

Y = Loyalitas Pelanggan

α = Alpha

β = Beta

X₁ = Kepuasan Konsumen

X₂ = Citra Merek

X₃ = Komitmen

X₄ = Kualitas Pelayanan

e = *Error*

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji Parsial (Uji T)

Menurut (Ghozali, 2021, p.148-149) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil uji t dapat ditunjukkan pada tabel coefficients pada kolom sig. Kriterianya sebagai berikut:

1. Jika t hitung > t tabel, maka variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika t hitung < t tabel, maka variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

3.8.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut (Sujarweni, 2019, p.228) uji statistik f digunakan untuk membuktikan ada pengaruh antara variabel independen

terhadap variabel dependen secara simultan. signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikansi (sig) dimana jika nilai sig < 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji f dapat dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. Kriteria sebagai berikut:

1. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka simultan terhadap variabel Y. terdapat pengaruh variabel X secara
2. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y

3.8.5.3 Koefisien Deteminasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2021, p.147) koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua