

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Menurut sugiyono (2019, h.81) pada dasarnya metode penelitian merupakan cara ilmiah dalam mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Terdapat 2 metode penelitian yaitu metode kuantitatif dan kualitatif.

3.1.1 Metode Kuantitatif

Peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif, menurut sugiyono (2019, h.8) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan

Berdasarkan permasalahan yang terjadi, peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif tujuannya untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Karena peneliti merupakan metode penelitian untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan

3.2 Objek Penelitian dan Subjek Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Menurut Jaya (2023, h.25) Objek penelitian adalah pokok persoalan yang akan diteliti, guna mendapatkan data yang lebih terarah. Objek penelitian ini adalah Roemah Merdeka berkaitan dengan faktor Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan.

3.2.2 Subjek Penelitian

Menurut Jaya (2023, h.25) Subjek penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka sebagai sasaran penelitian. Subjek penelitian ini adalah pelanggan Roemah Merdeka.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

1.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019, h.80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan Roemah Merdeka.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019, h.81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Kriteria sampelnya yaitu pelanggan yang sudah makan di roemah merdeka lebih dari 1 kali. Menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa loyalitas bisa dilihat sebagai perilaku yang diulang, yang berarti pelanggan yang datang lebih dari satu kali menunjukkan adanya loyalitas. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling*.

Menurut Sugiyono (2019, h.84) *Non-Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Sampel penelitian metode yang digunakan yaitu *purposive sampling* atau teknik pemilihan dengan tujuan tertentu dengan cara menyebarkan kuisioner pada pelanggan Roemah Merdeka.

Beberapa ketentuan dalam menentukan ukuran sampel menurut Slovin (Martono dan Isnania, 2023 h.164) menentukan pendekatan tentang jumlah sampel kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan (1%, 5%, 10%)

Berdasarkan pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin yang jumlah populasi pada tahun 2023 yang akan diteliti dengan jumlah sebanyak 62.381 pelanggan. Maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin orang yang datang ke Roemah Merdeka. Tingkat kesalahan pengambilan sampel sebesar 5% maka jumlah sampel minimal adalah :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{62.381}{1 + 62.381(5\%)^2}$$

$$n = \frac{62.381}{1 + 62.381 (0,0025)}$$

$$n = \frac{62.381}{156,95}$$

$$n = 397,457$$

$$n = 398$$

Nilai toleransi digunakan dalam penelitian ini menggunakan tingkat error 5% dari data pengunjung Roemah Merdeka. Maka dari itu jumlah sampel yang di ambil adalah 398 orang.

3.4 Jenis Data

Menurut (Jaya 2023, h.84) Jenis-jenis data dapat dibagi berdasarkan pada sifat, sumber, cara memperoleh, serta waktu pengumpulannya. Jenis data berdasarkan cara memperolehnya antara lain :

3.4.1 Data Primer

Menurut Jaya (2023, h.84) data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber secara langsung memberikan data pada pengumpul data.

3.4.2 Data Sekunder

Menurut Jaya (2023, h.85) data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah. Misalnya, data ini bisa berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak

perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data (Jaya 2023, h.88) merupakan cara yang dilakukan oleh seorang peneliti untuk mengungkap atau menjaring informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian.

3.5.1 Interview (Wawancara)

Wawancara (Jaya 2023, h.88) salah satu instrumen yang digunakan untuk menggali data secara lisan. Hal ini haruslah dilakukan secara mendalam agar kita mendapatkan data yang valid dan detail.

3.5.2 Kuesioner (Angket)

Kuesioner (Jaya 2023, h.91) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data yang efisien, apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari para responden.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan teknik wawancara dan kuesioner yang diberikan kepada pelanggan yang datang untuk makan di Roemah Merdeka. Melalui kuesioner juga diharapkan dapat mengetahui seberapa besar Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Kepuasan

Pelanggan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan di Roemah Merdeka Palembang.

Menurut Jaya (2023, h.68) Skala Likert adalah pertanyaan yang menunjukkan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan responden.

Tabel 3.1 Skala Likert

Skala Likert	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Jaya,2023)

3.6 Definisi Operasional

Menurut Jaya (2023, h.65) Definisi operasional merupakan variabel penelitian yang dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum melakukan analisis, menentukan instrumen, serta mengetahui sumber pengukuran. Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi kepada kita tentang bagaimana mengukur variabel.

Tabel 3.2 Definisi Operasional & Indikator

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala
1.	(Variabel Dependen) Y: Loyalitas Pelanggan	Menurut Poerwodarminto (Rifa'i 2019, h.51) loyalitas pelanggan adalah seseorang yang telah terbiasa untuk membeli produk yang ditawarkan dan sering berinteraksi (melakukan pembelian) selama periode waktu tertentu, dengan tetap setia mengikuti semua penawaran perusahaan.	Menurut (Nugroho dan Yulianto 2024) indikator dari loyalitas pelanggan sebagai berikut: 1. kesetiaan terhadap pembelian produk atau repeat purchase 2. ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan atau retention. 3. mereferensikan secara total eksistensi perusahaan atau referrals.	<i>Likert</i>
2.	(Variabel Independen) X ₁ : Promosi	Menurut Sistaningrum (Satriadi <i>et.al</i> 2021,h.94) Promosi ialah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan saat ini atau dimasa yang akan datang.	Menurut (Barus,2022) indikator dari promosi sebagai berikut: 1. Periklanan (<i>Advertising</i>) 2. Penjualan Tatap Muka (<i>Personal Selling</i>) 3. Promosi penjualan (<i>Sales Promotion</i>) 4. Penjualan Langsung (<i>Direct marketing</i>)	<i>Likert</i>
3.	(Variabel Independen) X ₂ : Kualitas Layanan	Menurut Lewis dan Booms (Kurniasih 2021, h.15), kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan.	Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (Indrasari 20219, h.64) indikator kualitas layanan sebagai berikut: 1. Berwujud (<i>Tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>Realibility</i>) 3. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan dan Kepastian (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Emphaty</i>)	<i>Likert</i>

4.	(Variabel Independen) X ₃ : Kepuasan Pelanggan	Kotler (Syah 2021, Hal 111), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas.	Menurut (Indrasari, 2019 h.92) indikator kepuasan pelanggan sebagai berikut: 1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Berkunjung Kembali 3. Kesiediaan Merekomendasikan	<i>Likert</i>
5.	(Variabel Independen) X ₄ : Kepercayaan	Menurut Deutsch (Rifa'I 2019, hal.62) kepercayaan adalah perilaku individu, yang mengharapkan seseorang agar memberi manfaat positif. Adanya kepercayaan karena individu yang dipercaya dapat memberi manfaat dan melakukan apa yang diinginkan oleh individu yang memberikan kepercayaan. Sehingga, kepercayaan menjadi dasar bagi kedua pihak untuk melakukan kerjasama.	Menurut (Murdayah <i>at.al</i> , 2023) indikator kepercayaan sebagai berikut: 1. Kehandalan 2. Kejujuran 3. Kepedulian 4. Kredibilitas	<i>Likert</i>

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Jaya (2023, h.92) Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia, kemudia diolah dengan statistic dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data dengan tujuan megolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah. Menyajikan data setiap variabel yang diteliti dari seluruh responden. Pada penelitian ini

menggunakan analisis kuantitatif. Pengelolaan data pada metode ini menggunakan metode statistic dan proses perhitungannya di bantu dengan menggunakan SPSS (*Statistical Program For Society Science*). Analisis yang digunakan adalah sebagai berikut :

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Basuki dan Prawoto (2022, h.77) Uji validitas adalah uji statistik yang digunakan guna menentukan seberapa valid suatu item pertanyaan mengukur variabel yang diteliti. Dalam uji ini, setiap item akan diuji relasinya dengan skor total variabel yang dimaksud. Dalam hal ini masing-masing item yang ada di dalam variabel X dan Y akan diuji relasinya dengan skor total variabel tersebut sehingga setiap pertanyaan dalam kuesioner harus diukur validitasnya.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Basuki dan Prawoto (2022, h.77) Uji Reliabilitas adalah uji statistik yang digunakan guna menentukan reliabilitas serangkaian item pertanyaan dalam keandalannya mengukur suatu variabel. Jika nilai $\alpha > 0,7$ artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) seluruh tes secara konsisten secara internal karena memiliki reliabilitas yang kuat. Semakin tinggi koefisien relibilitas yaitu mendekati angka satu maka alat ukurnya semakin reliable.

3.7.3 Uji Regresi Berganda

Menurut Basuki dan Prawoto (2022, h.87) Analisis regresi berganda digunakan untuk membuat analisis pengaruh berbagai macam faktor independen terhadap variabel dependen. Tujuannya untuk mengukur intensitas hubungan dua variabel atau lebih.

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

Keterangan :

Y : Loyalitas Pelanggan

a : Nilai Kostanta

$b_1b_2b_3$: Koefesien Regresi

X_1 : Promosi

X_2 : Kualitas Layanan

X_3 : Kepuasan Pelanggan

X_4 : Kepercayaan

e : Error (Residu)

3.7.4 Uji Asumsi Klasik

Menurut Basuki dan Prawoto (2022, h.104) Uji asumsi klasik merupakan Analisis yang dapat dilakukan tergantung pada data yang ada. Sebagai contoh, dilakukan analisis terhadap semua uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang sering digunakan yaitu uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

3.7.4.1 Uji Normalitas

Menurut Basuki dan Prawoto (2022, h.57) Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar, uji statistik menjadi tidak valid untuk sampel kecil. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan cara uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (Uji K-S). Uji K-S dilakukan dengan melihat nilai probabilitas signifikansi. Sig (2-tailed).

Apabila nilai probabilitas signifikansi lebih dari $\alpha = 0,05$, maka data terdistribusi secara normal. Apabila nilai probabilitas signifikansi kurang dari nilai $\alpha = 0,05$, maka data tidak terdistribusi secara normal. Jika data tidak terdistribusi secara normal, maka perlu dilakukan

transformasi logaritma (Ln) terhadap model regresi, sehingga data dapat terdistribusi secara normal.

3.7.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Basuki dan Prawoto (2022, h.104) Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Cara mendeteksi ada atau tidaknya Heteroskedastisitas yaitu menggunakan metode Scatter Plot. Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. Uji statistik yang dapat digunakan adalah uji Gleser.

Menurut Jaya (2023, h.212) metode uji gleser sebagai berikut :

- a. Jika signifikan $> 0,05$ maka tidak terjadi Heteroskedastisitas
- b. Jika Signifikan $< 0,05$ maka terjadi Heteroskedastisitas

3.7.4.3 Uji Multikoloneritas

Menurut Basuki dan Prawoto (2022, h.124) Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Deteksi terhadap ada tidaknya multikolinearitas yaitu dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel bebas, dapat juga dengan melihat nilai tolerance serta nilai Variance Inflation Factor (VIF). Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0.10 atau sama dengan nilai VIF di bawah 10.

3.7.4.4 Uji Autokorelasi

Menurut Mitak (20223 h.340) Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut runtut waktu (time-series) atau ruang (cross-section). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya auto korelasi ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik Durbin - Watson. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji Durbin - Watson sebagai berikut:

- a. Bila angka Durbin - Watson berada di bawah -2, hal ini berarti autokorelasi.
- b. Bila angka Durbin - Watson di antara -2 sampai +2, hal ini berarti tidak ada autokorelasi.
- c. Bila angka Durbin - Watson di atas +2, hal ini berarti ada autokorelasi negatif.

3.7.5 Uji Hipotesis

3.7.5.1 Uji Statistik t (Uji t)

Menurut Jaya (2023, h.100) Uji T adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel bebas terhadap variabel terkait secara parsial. Taraf signifikansi adalah 5%). Pengujian dengan perbandingan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} sebagai berikut:

- a. Jika statistik $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Jika statistik $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.7.5.2 Uji Statistik F (Uji F)

Menurut Basuki dan Prawoto (2022, h.51) Uji F dalam analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independent secara simultan. pengujian dengan perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} (Jaya 2023, h.100) sebagai berikut:

- a. Jika statistik $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka tabel H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Jika statistik $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tabel H_0 diterima dan H_a ditolak

3.7.5.3 Uji Koefisien Determinan (R^2)

Menurut Basuki dan Prawoto (2022, h.17) Uji R^2 adalah koefisien yang menjelaskan hubungan antara variabel dependen (Y) dengan Variabel independen (X) dalam suatu model. Nilai *Adjusted* R^2 yang mendekati satu berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.