

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu Dan Lokasi Penelitian**

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2022 sampai April 2023 dan lokasi penelitian pada Minimarket (Wawan) yang terletak di Dsn Medali Ds Daliwangun Kecamatan Sugio.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif dengan jenis metode kusioner, Penelitian kuantitatif adalah sebuah penelitian yang menekankan pada pengumpulan data menggunakan instrument pengujian teori-teori sebagai alat pengumpulan data yang berbentuk test, angket atau kuesioner sebagai pedoman wawancara (Sugiyono, 2014). karena adanya variabel-variabel yang akan ditelaah hubungannya serta tujuannya untuk mengetahui hubungan Antara variabel-variabel yang akan diteliti.

Menurut Rahayu (2004), SPSS (Statistical Program For Social Science) merupakan paket program aplikasi computer untuk menganalisis data statistic, terutama analisis statistic untuk ilmu-ilmu social. Paket program SPSS dapat memakai hamper dari seluruh tipe file data dan menggunakannya untuk memebuat laporan berbentuk tabulasi, chart (grafik), plot (diagram) dari berbagai distribusi, statistika diskriptif dan analisis statistic yang kompleks. Jadi penelitian kali ini menggunakan SPSS versi IBM statistica SPSS 23.

### **3.3 Teknik Pengambilan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan diambil sebuah kesimpulan. Populasi tidak hanya berupa orang, tetapi juga bisa berupa objek dan benda-benda alam lainnya. Menurut (Sugiyono, 2016) Populasi adalah daerah generalisasi yang terdiri dari: objek ataupun subyek yang mempunyai kualitas dan ciri tertentu yang disetujui oleh peneliti untuk di analisa dan kemudian dibuat kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang melakukan pembelian pada Minimarket (Wawan) di Sugio dengan rata-rata jumlah konsumen pertahunnya kurang lebih 9.200 orang. (Data diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber pada Bulan Desember 2021 sampai November 2022).

#### **3.3.2 Sampel**

Tehnik pengambilan sampel yang digunakan adalah Purposive Sampling, yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif (Sugiyono, 2010). Yang dimaksud dengan Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Selain itu alasan menggunakan ini adalah karena untuk lebih menghemat tenaga, waktu dan biaya. Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

$$n = \frac{9200}{1 + (9200) (10\%)^2}$$

$$n = \frac{9200}{1 + (3200) (0,1)^2}$$

$$n = \frac{9200}{1 + 92}$$

$$n = \frac{9200}{93}$$

$$n = 98,92 \text{ (dibulatkan menjadi 99 orang)}$$

Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 konsumen yang memilih Minimarket (Wawan) yang nantinya akan menjadi responden untuk dianalisa.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah metode yang dikumpulkan dalam melakukan pengumpul data dalam penelitian. Jenis data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini antara lain :

#### 1.4.1 Data Primer

Mnurut Sugiyono 2016:40 data primer adalah data yang bersumber dari dari informasi yang dibeikan oleh responden. Data berupa informasi yang diberikan oleh responden sangat penting kaena berisi data yang akan digunakan untuk melakukan penelitian. Digunakan untuk mengetahui pengaruh harga jual dan fluktuasi harga bbm terhadap

volume penjualan ikan di pasar ikan lamongan. Data diperoleh dengan membagikan kuisisioner kepada pengunjung yang berbelanja di minimarket (Wawan).

#### **1.4.2 Data Sekunder**

Menurut Sugiyono 2016:44 data sekunder bisa dikatan juga sebagai data pelengkap dari data primer data sekunder bisa didapatkan berupa keterangan tambahan yang diberikan oleh pegawai atau pemilik. Data sekunder tidak selengkap data primer karena didalamnya hanya berisi keterangan tamnbahan saja yang berasal dari data primer.

#### **1.4.3 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data. Adapun metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

##### **1). Kuesioner**

Menurut Sugiyono (2019), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Teknik ini dilaksanakan dengan menggunakan daftar pertanyaan bentuk tertutup untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data. Survei dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden yang berkenaan dengan analisis pengaruh strategi pemasaran terhadap tingkat penjualan ditinjau etika bisnis di Minimarket (Wawan)

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 instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

**Tabel 3.1 Skor Jawaban Responden**

No	Jawaban	Skor
1.	SS = Sangat Setuju	5
2.	ST = Setuju	4
3.	N = Netral	3
4.	TS = Tidak Setuju	2
5.	STS = Sangat Tidak Setuju	1

*Sumber Data : Sugiono 2019*

## 2). Wawancara

Menurut Sugiyono (2016:60) wawancara dibutuhkan oleh penulis jika ingin mendapatkan data atau pemberitahuan mengenai data itu sebagai pendahuluan dan termasuk tehnik pengumpulan data untuk permasalahan yang diteliti. Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab lisan kepada pihak yang akan di teliti, yaitu orang-orang yang terkait. Dalam hal ini peneliti mewawancarai sebagai sebagian dari sampel pengunjung yang sedang membeli produk di Minimarket (Wawan).

### **3). Observasi (Pengamatan)**

Menurut Sugiyono (2016:51) observasi berbeda dengan teknik pengumpulan data yang lainya yaitu wawancara dan kuisisioner observasi cenderung mendatangi empat penelitian dan melihat data yang dibutuhkan biasanya data yang dilihat adalah data fisik dan sesuatu yang bisa dilihat semua orang. Observasi atau pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra. Dalam penelitian ini observasi yang dilakukan yaitu secara langsung terjun ke lapangan atau memperoleh data-data yang dibutuhkan. Dalam penelitian observasi dilakukan pada konsumen atau pelanggan di Minimarket (Wawan)

## **1.5 Operasional Variabel**

Menurut Sugiyono (2018) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Operasional variabel dapat dimaksudkan untuk memperjelas variabel-variabel yang di teliti beserta pengukuran-pengukurannya. Maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini sebagai berikut :

### **1.5.1 Variabel Independen/Variabel Bebas (X)**

Menurut Sugiyono (2018) mendefinisikan variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel independen adalah:

### **1). Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )**

Pelayanan haruslah sebaik mungkin dan berkesan di mata konsumen sehingga dapat mewujudkan kesenangan bagi konsumen saat berbelanja atau membeli produk perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan proses penting dalam meningkatkan nilai perusahaan di mata konsumen, banyak perusahaan menjadikan layanan sebagai standar sikap di dalam perusahaan (Marwanto, 2015). Indikator Kualitas Pelayanan adalah :

1. Bukti fisik (*Tangible*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Ketanggapan (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Emphaty*)

### **2). Promosi Penjualan ( $X_2$ )**

Promosi merupakan salah satu bentuk pemasaran dengan cara menawarkan produk atau jasa untuk menarik minat konsumen agar membeli, dengan tujuan menaikkan jumlah penjualan perusahaan. Promosi penjualan adalah kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara rutin dan juga tidak secara berulang, yang bertujuan untuk mendorong lebih kuat mempercepat respond pasar yang berbeda (Saladin, 2016). Indikator Promosi Penjualan adalah :

1. Periklanan
2. Penjualan personal
3. Promosi penjualan
4. Relasi publikz

### **3). Citra Merek ( $X_3$ )**

Citra merek atau brand image merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu, citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian. Menjual produk akan mudah ketika merek produk dikenali oleh konsumen. Merek terdiri dari nama, simbol, warna, didesain, rancangan, atau kombinasinya sebagai identitas produk dari produsen yang membedakan dengan produk pesaing (Firmansyah, 2019). Indikator Citra Merek adalah:

1. Identitas merek
2. Personalitas Merek Personalitas merek
3. Asosiasi merek
4. Sikap dan perilaku merek
5. Manfaat dan keunggulan

### **1.5.2 Variabel Dependen / Variabel Terikat (Y)**

Menurut Sugiyono (2019) Dependent Variable sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu Loyalitas Konsumen di Minimarket (Wawan).

#### **1). Loyalitas Konsumen (Y)**

Menurut Hasan (2015:75), loyalitas merupakan perilaku yang terkait dengan sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek di masa yang akan datang, berapa kemungkinan pelanggan mengubah dukungannya terhadap merek, berapa keinginan pelanggan untuk meningkatkan citra positif suatu produk. Indikator Loyalitas Konsumen adalah :

1. Pembelian ulang
2. Rekomendasi produk
3. Tidak berkeinginan mencoba produk pesaing

### **3.6 Metode Analisis Data**

Setelah data tersebut dikumpulkan, kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan teknik pengolahan data. Analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini mempunyai tujuan untuk menjawab pertanyaan yang tercantum dalam identifikasi masalah.

Metode analisis data yang digunakan adalah metode statistic dengan menggunakan SPSS *Statistics* 20. Analisis data merupakan salah satu kegiatan penelitian berupa proses penyusunan dan pengolahan data guna menafsirkan data yang telah diperoleh.

Menurut Moleong (2017) analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

### 3.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016:97) uji Validitas adalah alat pengukur yang valid dan instrument ini digunakan untuk mengukur dan mendapatkan data dengan valid. Valid di sini dapat diartikan sebagai instrument atau kuisioner tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur didalam penelitian. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Teknik korelasi yang digunakan untuk melakukan uji validitas item pertanyaan dalam penelitian ini adalah korelasi product moment dengan rumus:

$$R = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \times (N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}$$

Keterangan :

R: Koefisien validitas item yang dicari

X: Skor responden untuk setiap item

$\sum X$ : Jumlah skor dalam distribusi X.

$\sum Y$ : Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$  : Jumlah kuadrat masing – masing skor X.

$\sum Y^2$  : Jumlah kuadrat masing – masing Y

N : Jumlah subjek/Responden

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Hasil r hitung dibandingkan dengan rtabel dimana  $df = n-2$  dengan signifikansi 5%. Apabila hasil yang diperoleh r hitung  $> r$  tabel, maka instrumen tersebut valid. Dalam melakukan uji validitas ini, peneliti akan menggunakan metode komputerisasi SPSS 23.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016:111) Uji Reliabilitas adalah sebuah pengukuran yang digunakan untuk menguji coba apakah suatu pengukuran tetap mendapatkan hasil yang sama walaupun dilakukan terus menerus secara konsisten terhadap objek tertentu dan mendapatkan hasil yang sama. Hasil penelitian akan dikatakan reliable jika mendapatkan hasil yang sama, instrumennya sama, respondenya sama hanya waktunya saja yang berbeda instrumentreliable adalah sebuah instrument jika dilakukan untuk mengukur sesuatu akan mendapatkan hasil yang sama. Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan butir pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner. Uji ini menunjukkan pada suatu pengertian

bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Dalam hal ini reabilitas digunakan dengan komputerasi program SPSS 20 dengan menggunakan teknik alpha cronbach, jika nilai pada hasil reabilitas  $> 0,60$  maka teabilitas pernyataan dapat diterima, sebaliknya apabila nilai pada hasil reabilitas  $< 0,60$  maka hasil tersebut tidak reabilitas atau tidak diterima.

### **3.6.3 Asumsi Klasik**

#### **1). Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan terikat keduanya memiliki distribusi data normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Deteksi adanya normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data atau titik pada sumbu diagonal dari grafik (Ghozali, 2019).

#### **2). Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable independent (Ghozali 2011). Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai toleransi dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila Tolerance Value  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ , maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

### 3). Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas, Alqifari (2016:137), bertujuan untuk mengetahui dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan kepengamatan yang lain. Jika data membentuk pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini digunakan metode kuantitatif dengan alat analisis regresi berganda. Dalam analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, dan untuk mengolah dan membahas data yang diperoleh. Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti karena penelitian bermaksud menguji bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi. Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Loyalitas Konsumen

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Promosi Penjualan

X3 = Citra Merek

a = Konstanta

b1 = Koefisien Regresi Variabel Kualitas Layanan

b2 = Koefisien Regresi Variabel Promosi Penjualan

b3 = koefisien Regresi Citra Merek

e = standart error

### 3.6.5 Uji Korelasi Berganda

Menurut Ghozali (2015:140) korelasi berganda adalah korelasi berganda merupakan alat ukur untuk mengukur hubungan yang terjadi antara variabel yang terikat (variabel Y) atau lebih dikenal variabel bebas. Korelasi berganda memiliki indeks atau angka yang digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara 3 variabel atau lebih. Koefisien korelasi berganda dapat disebutkan sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y + b_3 \sum x_3 y}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

$R^2$  = Koefesien Korelasi Berganda

Y = Loyalitas Konsumen

$X_1$  = Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Promosi Penjualan

$X_3$  = Citra Merek

$b_1$  = Koefesien Regresi  $X_1$

$b_2$  = Koefesien Regresi  $X_2$

$b_3$  = Koefesien Regresi  $X_3$

### 3.6.6 Uji Parsial (t)

Uji t (Uji Parsial) Menurut Ghozali (2018:98), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah atau parsial. Jika nilai t hitung > t tabel maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara individual berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan t hitung lebih kecil dari 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan untuk uji t parsial dalam analisis regresi sebagai berikut :

$$x = \frac{\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana :

T : t-hitung

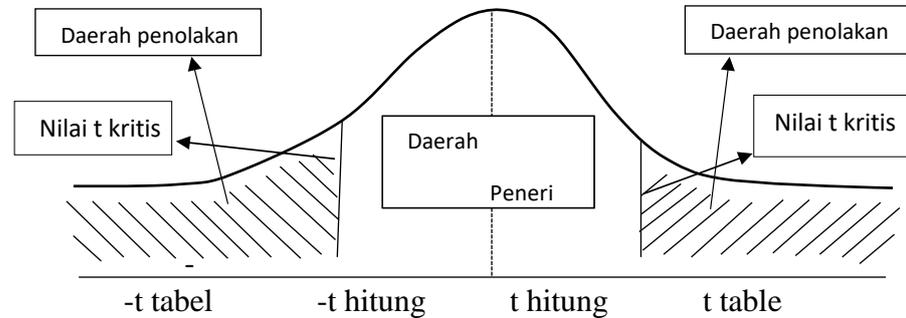
R : Koefisien korelasi

N : Jumlah sampel yang diteliti

Kriteria keputusannya adalah:

- a. Jika t hitung > t tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dengan demikian maka hipotesis diterima

- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, dengan demikian maka hipotesis ditolak.



**Gambar 3.1 Daerah penolakan dan penerimaan (Uji t)**

### 3.6.7 Uji Simultan (F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, promosi penjualan, dan citra merek terhadap variabel terikat (loyalitas konsumen) pada Minimarket (Wawan). Kriteria dalam uji F adalah sebagai berikut:

$$f_{hitung} = \frac{r^2/k}{(1-r^2)/(n-k-1)}$$

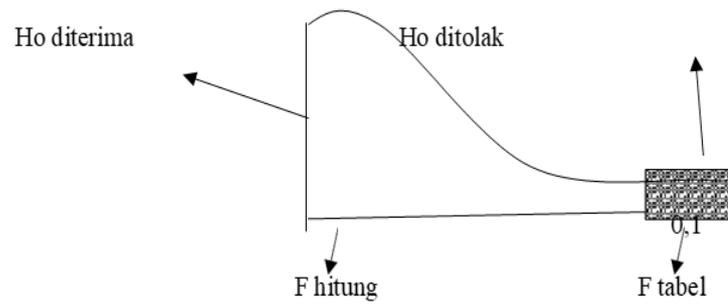
Dimana :

$r^2$  : Koefisien determinasi

$k$  : Jumlah variabel independen

$n$  : Jumlah sampel

$f$  : F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel



**Gambar 3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan (Uji F)**

Keterangan :

Apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya semua koefisien regresi secara bersama-sama signifikan.

Dan, Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya semua koefisien regresi secara bersama-sama tidak signifikan.

### 3.7 Jadwal Penelitian

**Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian**  
**JADWAL PELAKSANAAN PENULISAN SKRIPSI TAHUN AKADEMIK 2022-2023**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS ISLAM LAMONGAN**

No.	Jadwal Penelitian	Pelaksanaan Kegiatan																																			
		November				Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Draf Proposal	■	■	■																																	
2.	Survey Awal	■	■	■																																	
3.	Konsultasi Proposal		■	■	■	■	■	■	■																												
4.	Seminar Proposal									■																											
5.	Komprehensif									■	■	■	■																								
6.	Proposal Jadi									■	■	■	■																								
7.	Proposal Penelitian									■	■	■	■																								
8.	Analisis Data									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■												
9.	Konsultasi																	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
10.	Pembuatan Laporan																									■	■	■	■	■	■	■	■				
11.	Penulisan																									■	■	■	■	■	■	■	■				
12.	Skripsi Jadi																									■	■	■	■	■	■	■	■				
13.	Ujian Skripsi																													■	■	■	■				

