

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu penelitian

1. Lokasi penelitian

Untuk membuat proposal skripsi ini, peneliti melakukan penelitian pada teras kopi, Kota pinang, Labuhanbatu Selatan.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dari November 2024 sampai April 2025.

Tabel 3.1
Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	Waktu (Bulan)																							
		November		Desember				Januari				Februari				maret				April					
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	Pengajuan judul																								
2	Observasi dan pengumpulan data																								
3	Penyusunan proposal dan bimbingan																								
4	Seminar proposal																								
5	Penyusunan skripsi																								
6	Revisi																								
7	Sidang meja hijau																								

Sumber : Data penelitian 2025

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan jumlah bagian dari keseluruhan objek yang mempunyai karakteristik yang dapat diamati oleh peneliti Sugiyono (2019). Populasi dan sampel diperlukan dalam sebuah penelitian untuk mengumpulkan data dari variabel yang diteliti. Dikarenakan jumlah data populasi yang sangat besar dan tidak dapat diperoleh oleh peneliti maka pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Cochran untuk menentukan jumlah sampel penelitian apabila populasi tidak diketahui. Formula Cochran dianggap sangat tepat dalam situasi dengan populasi besar, yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah konsumen pada teras kopi kota pinang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) Sampel adalah bagian atau wakil populasi yang diteliti Metode pemilihan sampel pada penelitian ini adalah probability sampling methods yaitu metode pemilihan sampel secara random atau acak. Dengan metode ini seluruh populasi diasumsikan memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan rumus Cochran untuk pengambilan sampel dikarenakan jumlah populasi yang terlalu besar. Rumus Cochran adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

n = jumlah sampel yang diperlukan

z = nilai standar yang diperoleh dari tabel distribusi normal Z dengan simpangan 5% dengan nilai 1,96

p = nilai proporsi yang didapat dari penelitian sebelumnya, apabila proporsi tidak diketahui, maka perkiraan proporsi sebesar 50% (0,5)

$q = 1 - p$ e = tingkat kesalahan sampel (sampling error) $10\% = 0,1$ dari tingkat promosi 90% Perhitungan :

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan sampel tersebut, maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 96 responden

C. Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Pada umumnya definisi operasional digunakan untuk dapat memahami secara rinci setiap variabel yang ada dalam penelitian secara simultan atau keseluruhan.

Dibawah ini tabel dari defenisi operasional variabel dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.3
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala pengukuran
1	Perilaku konsumen	Menurut Sultan (2019) Perilaku konsumen merupakan proses yang dinamis yang mencakup perilaku konsumen individual kelompok, dan anggota masyarakat yang secara terus menerus mengalami perubahan.	1.Cognitive componen 2.affective componen 3. Kognitif componen	Likert

2	Packaging product	Swatha mengartikan (2019) pembungkusan (packaging) adalah kegiatan-kegiatan umum dan perencanaan barang yang melibatkan penentuan desain pembuatan bungkus atau kemasan suatu barang.	1. Desain 2. Warna 3. Ukuran	Likert
3	Word of mouth	Menurut Setyaningsih Sri Utami (2018) Word of mouth adalah perasaan aman para konsumen atas pelayanan yang baik kepada pelanggan yang diberikan oleh bandara, yang dapat berupa perasaan senang yang dirasakan para konsumen atas jasa yang mereka dapatkan berupa pendingin ruangan AC, lingkungan yang bersih, sejuk dan nyaman.	1. Word of mouth transaksi 2. desain menarik 3. kesenangan	Likert
4	Promosi	Promosi adalah ramuan khusus dari iklan, penjualan, pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat yang dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran. (Rahmat Nizar, 2015)	1. <i>Personal selling</i> 2. Promosi periklanan 3. promosi penjualan 4. Hubungan Masyarakat	Likert
5	Loyalitas Konsumen	Loyalitas konsumen adalah konsep multidimensi yang merupakan jenis preferensi pelanggan produk dan jasa yang terbentuk lama terkait dengan aspek kognitif, afektif dan konatif dari perilaku konsumen (Oliver, 1999 dalam Zhao Shijie & Wang Lingfang, 2019).	1. Nilai 2. Citra 3. Word of mouth 4. Kepuasan 5. Pelayanan	Likert

Sumber : Sultan (2019), Swatha (2019), Utami (2018) , (Rahmat Nizar, 2015), Zhao Shijie & Wang Lingfang, 2019).

D. Jenis dan Sumber Data Penelitian

1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a) Data Kualitatif

Merupakan sebuah data yang berbentuk non angka seperti data yang dihasilkan dari wawancara, kuesioner, gambaran perusahaan dan data-data lainnya yang tidak berbentuk angka.

b) Data Kuantitatif

Merupakan informasi yang didapat dalam bentuk data seperti angka ataupun bilangan.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah :

a) Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh penulis secara langsung dengan melakukan wawancara dan penyebaran kuesioner dengan narasumber.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti dalam bentuk dokumen untuk menunjang data primer. Sumber data sekunder

dalam penelitian ini berupa dokumentasi dan kuesioner serta jurnal-jurnal sebagai referensi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2017) cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Pada penelitian ini teknik penelitian yang digunakan adalah teknik penelitian dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden yaitu generasi milenial. Menurut Sugiyono (2017) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Adapun yang menjadi skala pengukuran data dalam penelitian ini ialah skala likert sebagai alat untuk mengukur sikap pendapat, dan penilaian seorang atau sekelompok orang tentang fenomena social.

F. Uji Instrument Penelitian

Uji instrument penelitian merupakan pengujian kuesioner untuk menjadi data penelitian, pengujian kuesioner di lakukan dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan hasil sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016) validitas merupakan suatu uji untuk menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang sudah dikumpulkan. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Bila r

hitung > r tabel, maka pernyataan dinyatakan valid, sebaliknya r hitung < r tabel, maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

a. Variabel Perilaku konsumen (X₁)

Tabel 3.3
Uji Validitas Perilaku konsumen

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	0,621	,206	Valid
P2	0,335	,206	Valid
P3	0,435	,206	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 3.3 diketahui bahwa nilai R tabel df 1 = 0,05, df 2 = n-k=96-5=91, sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 91 yaitu 0,206 diperoleh hasil pengujian variabel perilaku konsumen memiliki nilai yang lebih besar dari 0,206 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian

b. Variabel Packaging product (X₂)

Tabel 3.4
Uji Validitas Packaging product

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	0,650	,206	Valid
P2	0,810	,206	Valid
P3	0,390	,206	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 3.4 diketahui bahwa nilai R tabel df 1 = 0,05, df 2 = n-k=96-5=91, sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 91 yaitu 0,206 diperoleh hasil pengujian variabel packaging product memiliki nilai yang

lebih besar dari 0,206 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian

c. Variabel Penilaian Word of mouth (X₃)

Tabel 3.5
Uji Validitas Word of mouth

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	0,309	,206	Valid
P2	0,580	,206	Valid
P3	0,765	,206	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 3.5 diketahui bahwa nilai R tabel $df\ 1 = 0,05$, $df\ 2 = n - k = 96 - 5 = 91$, sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 91 yaitu 0,206 diperoleh hasil pengujian variabel word of mouth memiliki nilai yang lebih besar dari 0,206 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian.

d. Variabel Promosi (X₄)

Tabel 3.6
Uji Validitas Promosi

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	0,450	,206	Valid
P2	0,700	,206	Valid
P3	0,650	,206	Valid
P4	0,600	,206	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 3.6 diketahui bahwa nilai R tabel $df\ 1 = 0,05$, $df\ 2 = n - k = 96 - 5 = 91$, sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 91 yaitu 0,206 diperoleh hasil pengujian variabel promosi memiliki nilai yang lebih besar

dari 0,206 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian

e. Variabel Loyalitas konsumen (Y)

Tabel 3.8
Uji Validitas Loyalitas konsumen

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	0,500	,206	Valid
P2	0,650	,206	Valid
P3	0,400	,206	Valid
P4	0,760	,206	Valid
P5	0,400	,206	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 3.8 diketahui bahwa nilai R tabel df 1 = 0,05, df 2 = n-k=96-5=91, sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 91 yaitu 0,206 diperoleh hasil pengujian variabel loyalitas konsumen memiliki nilai yang lebih besar dari 0,206 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang mengatakan sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama dan akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2018) . Uji reliabilitas digunakan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan menunjukkan konsistensi didalam mengukur gejala yang sama. Pernyataan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas, maka akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut :

a. Jika r_{α} (alpha) positif atau $\geq$ dari r tabel maka pernyataan *reliabel*.

b. Jika r_α (alpha) negatif atau $\leq$ dari r tabel maka pernyataan tidak *reliabel*.

Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliabel* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

Tabel 3.9
Hasil Uji Reliabilitas (*Reliability Statistics*)

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Ket
1	Perilaku konsumen (X ₁)	0,852	0,60	Reliabel
2	Packaging product(X ₂)	0,757	0,60	Reliabel
3	Word of mouth (X ₃)	0,796	0,60	Reliabel
4	Promosi (X ₄)	0,770	0,60	Reliabel
5	Loyalitas konsumen (Y)	0,870	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2025)

Tabel 3.9 menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan pertanyaan memiliki koefisien diatas 0,60, sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut telah reliabel dan layak disebarkan kepada responden untuk digunakan sebagai intrumen dalam penelitian ini.

G. Metode Analisis Data

Merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada hingga memberikan gambaran yang jelas melalui pengumpulan, penyusunan, dan menganalisis data hingga dapat diketahui gambaran umum perusahaan yang diteliti.

1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas yaitu mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut mendistribusikan normal atau tidak, metode klasik dalam

mengujian normalitas suatu data tidak begitu sulit. Menurut Ghazali (2017) tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah masing-masing data variabel berdistribusi normal. Suatu data dikatakan normal apabila pola pada diagram menyebar secara merata berbentuk lonceng.

- b) Uji multikolineritas yaitu bertujuan untuk menguji dalam metode regresi ditemukan kolerasi antara variabel bebas (independen). Menurut Ghazali (2017) uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas.
- c) Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam metode – metode regresi terjadi ketidak samaan varians dan residual satu pengamatan yang lain tetap, maka jika berbeda disebut heterokedastisitas. Menurut Ghazali (2017) uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui hubungan linear antara beberapa variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = Loyalitas konsumen

X₁ = Perilaku konsumen

- X_2 = Penilaian konsumen
 X_3 = ord of mouth
 X_4 = Promosi
 α = Konstanta
 b_1, b_2, b_3 = koefisien arah regresi
 e = standar Error

1. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti.

a. Uji t

T-statistics merupakan suatu nilai yang digunakan guna melihat tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis dengan cara mencari nilai *T-statistics* melalui prosedur *bootstrapping*. Pada pengujian hipotesis dapat dikatakan signifikan ketika nilai *T-statistics* lebih besar dari 1,96, sedangkan jika nilai *T-statistics* kurang dari 1,96 maka dianggap tidak signifikan Ghazali (2017).

Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel *Coefficients*. Biasanya dasar pengujian hasil regresi dilakukan dengan tingkat promosi sebesar 95% atau dengan taraf signifikannya sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Adapun kriteria dari uji statistik t Ghazali (2017) :

1. Jika nilai signifikansi uji $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai signifikansi uji $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen

b. Uji F

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama – sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya Ghozali (2017). Uji simultan F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama atau simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengujian statistik Anova merupakan bentuk pengujian hipotesis dimana dapat menarik kesimpulan berdasarkan data atau kelompok statistik yang disimpulkan. Pengambilan keputusan dilihat dari pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat di dalam tabel Anova, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut (Ghozali, 2017) :

1. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 dan H_1 diterima. Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.
2. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat

c. Koefisien Determinan (R^2)

Pengujian koefisien determinasi ini dilakukan dengan maksud mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa pengaruh variabel independen secara bersama-sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen yang dapat diindikasikan oleh nilai *adjusted R – Squared* (Ghozali, 2017). Koefisien determinasi menunjukkan sejauh mana kontribusi variabel bebas dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel terikatnya. Koefisien determinasi dapat dilihat melalui nilai R-square (R^2) pada tabel Model Summary.

Menurut Ghozali (2017) nilai koefisien determinasi yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas, Sebaliknya jika nilai mendekati 1 (satu) dan menjauhi 0 (nol) memiliki arti bahwa variabel – variabel independen memiliki kemampuan memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2017).

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel endogen secara simultan mampu menjelaskan variabel eksogen. Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk menentukan dan memprediksi seberapa besar atau penting kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel independen secara bersama – sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Jika nilai mendekati 1, artinya variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Namun, jika nilai R^2 semakin kecil, artinya kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen cukup terbatas (Ghozali, 2017).