

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Lokasi Dan Waktu Penelitian

##### 1. Lokasi Penelitian

Adapun penelitian yang dilakukan oleh penulis mengambil lokasi di Toko Indomaret Ajamu beralamat Jalan besar lintas Ajamu Kabupaten Labuhanbatu, Sumatera Utara

##### 2. Waktu Penelitian

Penelitian di mulai pada bulan November 2022 pada saat pengambilan data pertama mengenai sejarah dan gambaran umum serta pengolahan data Pada sampai bulan Januari 2023

**Tabel 3.1 Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	Okt-22				Nov-22				Des -22				Jan-23				Feb 23			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul			■																	
2	Studi Lapangan				■																
3	Pengumpulan Data					■	■	■	■												
4	Penyusunan Proposal					■	■	■	■												



kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi yang dikehendaki, karena mereka memang memiliki informasi seperti yang diharapkan dan mereka memenuhi syarat dan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Syarat sampel pada penelitian ini adalah sampel para remaja dan dewasa. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang memenuhi satu dari lima kriteria; pemrakarsa (initiator), pemberi pengaruh (influencer), pengambilan keputusan (decider), pembeli (buyer), pemakai (user) produk distro. Sampel yang diambil adalah yang peneliti temui di lapangan tanpa ada perencanaan pertemuan terlebih dahulu. Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan beberapa metode antara lain dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Arikunto, S.2019:67). Apabila populasi berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui maka digunakan rumus:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

$$n = \frac{1,98^2}{4(0,1)^2}$$

$$= 98,01 \approx 98 \text{ (atau dibulatkan 100)}$$

Dimana :

N : Jumlah sampel

Z : Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%.

Pada penentuan ini pada  $\alpha = 0,5$  adalah 1,98.

Moe : Margin of Error, yaitu tingkat kesalahan maksimal yang dapat ditoleransi, ditentukan sebesar 10%.

Dari hasil perhitungan sampel diatas maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

### C. Defenisi Operasional Variabel

Variabel penelitian ini terdiri atas variabel kualitas pelayanan (X1), variabel Word of mouth (X2) dan persepsi harga (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dan variabel mediasi kepuasan konsumen (Z). Operasional dari masing-masing variabel tersebut diuraikan dalam tabel berikut:

**Tabel 3.2**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas pelayanan (X1)	suatu perilaku memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada konsumen agar konsumen merasa puas dengan dengan produk atau jasa yang perusahaan punya (Kotler, Keller 2018:89)	1. Responsive 2. Assurance 3. Tangible 4. Empathy 5. Reabilit	Likert
Word of mouth (X2)	Sebuah informasi mengenai suatu produk yang dikirimkan atau disebarkan dari satu pihak kepada pihak lain (Ardiyanto, 2019:90)	1. Ikut serta dalam promosi 2. Sering mendengar informasi dari media sosial 3. Tertarik mengunjungi setelah mendengar informasi tentang produk	Likert

Persepsi Harga (X3)	suatu proses dari seorang individu dalam menyeleksi, mengorganisasikan, dan menterjemahkan stimulus stimulus atau informasi yang datang menjadi suatu gambaran yang menyeluruh. (Tjiptono, 2015:121)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Daya saing harga</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan manfaat</li> </ol>	Likert
Kepuasan konsumen (Z)	Kepuasan konsumen adalah sikap yang ditunjukkan kepada perusahaan setelah konsumen menggunakan produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan. (Kotler, Keller 2018:109)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian harapan</li> <li>2. Persepsi kinerja</li> <li>3. Penilaian pelanggan</li> </ol>	Likert
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan Griffin (2015:203).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelanggan yang melakukan pembelian ulang secara teratur</li> <li>2. Pelanggan yang mereferensikan kepada orang lain</li> <li>3. Pelanggan yang tidak dapat dipengaruhi oleh pesaing untuk pindah</li> </ol>	

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data penelitian diperoleh dengan cara :

1. Wawancara yaitu bentuk pengumpulan data dengan cara menanyai langsung kepada orang-orang yang digunakan sebagai sampel.
2. Kuesioner yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada obyek yang diteliti dalam hal ini sampel. Adapun yang menjadi skala pengukuran data dalam penelitian ini adalah skala likert sebagai alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang orang tentang fenomena sosial.
3. Studi Dokumentasi yaitu bentuk pengumpulan data sekunder dengan cara pengumpulan dokumen atau data yang berkenaan dengan judul peneliti.
4. Observasi yaitu dengan melakukan penelitian langsung dilapangan.

#### **E. Jenis Dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan terdiri dari 2 yaitu:

##### **a. Data primer**

Data primer yang ada dalam penelitian ini adalah data-data dari kuesioner, dalam penelitian ini data di primer di dapat dari hasil wawancara dengan pegawai pembeli di pembeli Indomaret Ajamu Kecamatan Panai Hulu

##### **b. Data sekunder**

Data sekunder di peroleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal, dan dokumentasi yang ada hubungan dengan materi kajian .

#### **F. Uji Instrumen Penelitian**

Instrumen sebagai alat pengumpul data sebelum digunakan harus diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya sehingga diyakini dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya kebenarannya.

### **a. Uji Validitas Instrumen**

Menurut Suntoto (2014:114) Uji validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur atau digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Selain instrumen penelitian yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaiknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Untuk taraf signifikan ( $\alpha$ ) 5 persen dengan angka kritik 0,316. Kriteria keputusan adalah  $r$  hitung lebih besar atau sama dengan taraf 5 persen (0,02) maka dinyatakan valid. Untuk menguji validitas instrumen menggunakan bantuan program IBM SPSS.

### **b. Koefisien Reliabilitas**

Menurut Sugiyono. (2017:173) Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Uji reliabilitas alat ukur dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara internal, pengujian dapat dilakukan test-retest, equivalent, dan gabungan keduanya. Secara internal, reliabilitas alat ukur dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan teknik tertentu

## **G. Asumsi Klasik**

1. Uji Normalitas yaitu Uji normalitas data perlu dilakukan sebelum melakukan pengujian hipotesis. Pengujian normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Uji ini merupakan pengujian yang

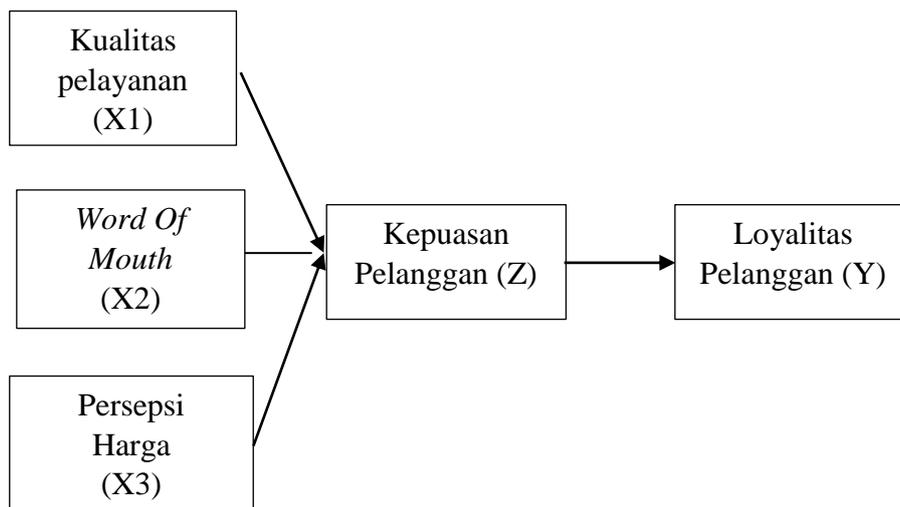
paling banyak dilakukan untuk analisis statistik parametrik. Penggunaan uji normalitas karena pada analisis statistik parametrik, asumsi yang harus dimiliki oleh data adalah terdistribusi secara normal (Ghozali, 2018:143)

2. Uji multikolinearitas merupakan bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis regresi berganda. Multikolinearitas terjadi apabila terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen dalam model regresi. Apabila terjadi gejala multikolinearitas, salah satu langkah untuk memperbaiki model adalah dengan menghilangkan variabel dari model regresi, sehingga bisa dipilih model yang paling baik. (Ghozali, 2018:14)
3. Uji Heteroskedastisitas adalah suatu kondisi apabila variabel pengganggu mempunyai varian yang berbeda dari satu amatan ke amatan yang lain atau varian antara variabel dalam model tidak konstan (Ghozali, 2018:143). Asumsi varian dikatakan konstan apabila distribusi residual tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya variabel independen. Dalam regresi, salah satu asumsi yang harus dipenuhi adalah bahwa varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak memiliki pola tertentu

#### **H. Analisis Jalur**

Menurut Imam Ghozali, (2018:174), “Analisis jalur digunakan untuk mengetahui apakah variabel kepuasan pelanggan merupakan variabel antara atau intervensi, fungsinya memediasi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen”. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kualitas antar variabel yang telah ditetapkan

sebelumnya. Analisis jalur dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Dalam gambar diatas dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan, word of mouth dan persepsi harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen, tetapi dapat juga berpengaruh tidak langsung yaitu lewat variabel mediasi kepuasan lebih dahulu baru ke loyalitas pelanggan. Hubungan langsung terjadi jika satu variabel memengaruhi variabel lainnya tanpa ada variabel mediasi yang memediasi hubungan variabel tadi. Hubungan tidak langsung adalah jika variabel mediasi yang memediasi hubungan variabel independen dan dependen.

#### 1. Uji Sobel

Sobel tes digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi yaitu kepuasan pelanggan. Menurut Baron dan Kenny dalam Ghazali (2019:191) suatu variabel disebut variabel intervening jika variabel tersebut ikut

mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan Uji Sobel (Sobel Tes). Uji Sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen kepada variabel dependen melalui variabel mediasi. Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui Z dihitung dengan cara mengalikan jalur  $X \rightarrow Z$  dengan jalur  $Z \rightarrow Y$ . Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung menggunakan kriteria di bawah ini:

$H_0$  diterima jika Signifikansi  $t$  hitung lebih besar dari 0,05

$H_a$  diterima jika signifikansi  $t$  hitung lebih kecil dari 0,05

## 2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ), rumusan hipotesisnya sebagai berikut:

### a. Pengujian Hipotesa Secara Parsial (Uji $t$ )

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan memperhatikan tingkat signifikansi dan koefisien beta. Tingkat signifikansi digunakan untuk melihat signifikan tidaknya hubungan variabel independen dengan variabel dependen, sedangkan koefisien beta digunakan untuk melihat arah hubungan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan diterima atau tidaknya hipotesis didasarkan pada arah hubungan dan signifikansi dari model yang bersangkutan.

Selanjutnya hasil hipotesis  $t$  hitung dibandingkan  $t_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

## **b. Pengujian Hipotesis Secara Serempak (Uji F)**

Uji serentak atau F-test untuk menguji apabila variabel bebas secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak signifikan dengan variabel terikat, langkah-langkahnya sebagai berikut:

Menentukan kriteria pengujian

1)  $H_0$  diterima ( $H_1$  ditolak) apabila  $F_0 \leq F_{\alpha;(v_1)(v_2)}$

2)  $H_0$  ditolak ( $H_1$  diterima) apabila  $F_0 > F_{\alpha;(v_1)(v_2)}$

## **c. Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi (Adjusted  $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai adjusted  $r^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (crosssection) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut (time series) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali, 2016:107). Untuk mengetahui besarnya variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai adjusted r square ( $R^2$ ).

Nilai adjusted r square dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.