

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan oleh penulis mengambil lokasi di cafe Pondopo Rakyat yang berada di Desa Sei Rakyat di Kecamatan Panai Tengah Kabupaten Labuhanbatu Provinsi Sumatera Utara.

2. Waktu Penelitian

Penelitian di mulai pada bulan November 2022 guna pengambilan data awal dan observasi serta penyusunan proposal sampai dengan bulan Februari 2023, dan akan dilanjutkan dengan penyusunan skripsi hingga Maret 2023.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Okt-22				Nov-22				Des-22				Jan-23				Feb-23				Mart			
		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	Pengajuan Judul																								
2	Acc Judul																								
3	Pengumpulan Data																								
4	Penyusunan Proposal																								
5	Bimbingan Proposal																								
6	Seminar Proposal																								
7	penyusunan Skripsi																								
8	Bimbingan Skripsi																								
9	Sidang Meja Hijau																								

Sumber : Rencana Penelitian 2023

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian. Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Cafe Pendopo Rakyat Di Desa Sei Rakyat Kecamatan Panai Tengah Kabupaten Labuhanbatu dari bulan februari 2023 hingga bulan maret 2023.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Hal ini seperti yang dikemukakan (Sugiyono, 2017) bahwa : “Sampel terdiri atas bagian populasi terjangkau yang dapat dipergunakan sebagai subjek penelitian melalui sampling”. Penarikan dengan sampel dilakukan mengingat keterbatasan waktu, tenaga, dan dana, menghadapi populasi yang begitu banyak. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang yang ditemui penulis selama melakukan penelitian di konsumen Cafe Pendopo Rakyat Di Desa Sei Rakyat Kecamatan Panai Tengah Kabupaten Labuhanbatu dari bulan Februari sampai Maret 2023. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus Wibisono dalam (Riduwan dan Akdon, 2013) :

$$N = \left[\frac{((Z_{\alpha/2} \cdot \sigma)}{e} \right]^2$$

Dengan menggunakan rumus diatas maka sampel diperoleh sebagai berikut :

$$N = \left[\frac{(1,96 \cdot 0,25)}{5\%} \right]^2$$

$N = 96,04$, untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 orang.

Keterangan :

N = Jumlah Sampel

$Z_{\alpha/2}$ = nilai dari table distribusi normal atas tingkat keyakinan 95%=1,96.

σ = Standar deviasi 25 %

e = *error* (batas kesalah=5%)

Dari hasil perhitungan tersebut maka diketahui sampel yang diperlukan adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu cara pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu (Sanusi, 2017). Pertimbangan atau kriteria yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang lebih dari satu kali melakukan kunjungan atau Konsumen Cafe Pendopo Rakyat Di Desa Sei Rakyat Kecamatan Panai Tengah Kabupaten Labuhanbatu.

C. Defenisi Operasional Variabel

Variabel penelitian ini terdiri atas variabel kualitas produk (X1), variabel citra merek (X2), dan lokasi (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dan kepuasan konsumen (Z). Operasional dari masing-masing variabel tersebut diuraikan dalam tabel berikut:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas produk (X1)	Kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. (Tjiptono, 2015)	1. Harga yang wajar. 2. Ekonomis 3. Awet. 4. Aman. 5. Cita rasa produk Wijaya (2018)	Likert
Citra Merek (X2)	Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian (Phillip Kotler & Keller, 2016)	1. Citra pembuat 2. Citra pemakai 3. Citra produk 4. Keuntungan konsumen 5. Kepribadian merek Hurriyati, (2015)	Likert
Lokasi (X3)	Lokasi usaha merupakan suatu tempat dimana perusahaan itu melakukan kegiatan dan sangat menentukan dalam keberhasilan suatu usaha. (Tjiptono, 2015)	1. Akses 2. Vasibilitas 3. Fasilitas Parkir 4. Ekspansi 5. Lingkungan (Tjiptono, 2015))	Likert
Loyalitas pelanggan (Y)	Loyalitas konsumen didefinisikan sebagai komitmen yang tinggi untuk membeli kembali suatu produk atau jasa yang disukai dimasa mendatang Oliver dalam (Purwandari, 2015)	1. Pembelian berulang dan berkelanjutan, 2. Pembelian antar lini dari produk, 3. Merekomendasikan merek kepada orang lain, 4. Kebal dari godaan kompetitor. 5. Pelanggan Tidak Lagi Mempermasalahkan Harga (Tjiptono, 2015)	Likert
Kepuasan Konsumen (Z)	Kepuasan merupakan perasaan seseorang yang senang ataupun sebaliknya karena membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang didapatkan dengan harapan. (Phillip Kotler & Keller, 2016)	1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan 2. Segi dimensi kepuasan pelanggan 3. Segi Konfirmasi Harapan 4. Segi Minat Pembelian Ulang 5. Segi Kesiediaan Untuk Merekomendasi Priansa, (2017)	Likert

D. Teknik Pengumpulan Data

Kualitas instrument penelitian (validitas dan reliabilitas) dan kualitas pengumpulan data (cara yang digunakan untuk mengumpulkan data) adalah hal penting dalam penelitian untuk mendapatkan dan menghasilkan kualitas data penelitian yang baik. (Sugiyono, 2017) menyebutkan jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik kuesioner. 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 dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

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 pelanggan dan karyawan .

b. Data Skunder

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

F. Metode Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

Pengujian instrumen direncanakan untuk menentukan keabsahan dan ketergantungan instrumen sehingga cenderung terlihat apakah instrumen yang digunakan untuk memperoleh informasi penelitian sudah tepat. Karena instrumen seharusnya sah jika dapat mengungkap informasi dari faktor-faktor terkonsentrasi dengan tepat. Hebat dan buruknya instrumen akan mempengaruhi besar dan buruknya informasi tersebut, untuk instrumen informasi tersebut harus dicoba. Jumlah responden untuk diuji cobakan instrument sebanyak 30 orang anggota koperasi. Kuesioner di uji cobakan pada sampel penelitian, yaitu pada anggota Koperasi Serba Usaha Mandiri Kampung Padang.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur informasi yang diperoleh setelah pemeriksaan yaitu informasi yang sah dengan instrumen penaksir yang digunakan, khususnya survei. Hal-hal yang ada dalam inkuiri, khususnya jajak pendapat yang diajukan kepada responden, diharapkan dapat menguji legitimasi, setiap pertanyaan (\geq) 0,30, kemudian hal tersebut dianggap sah. Legitimasi sebagaimana diindikasikan oleh (Sugiyono, 2018) menunjukkan tingkat ketepatan antara informasi yang benar-benar terjadi pada artikel tersebut dengan informasi yang dikumpulkan oleh analis untuk mengetahui keabsahan suatu hal, kita mengaitkan skor hal tersebut dengan kelengkapan hal tersebut.

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel dengan kriteria:

a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka pertanyaan valid.

b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid.

Dalam penelitian ini pengujian instrumen dilakukan dengan menguji kuesioner yang berisi 50 pernyataan yang diberikan kepada konsumen Kafe Pendopo Rakyat sebanyak 30 orang masyarakat sebagai pembanding dalam menguji instrumen penelitian. Berdasarkan hasil output SPSS for Windows Versi 20 di dapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas

Kualitas Produk (X2)							
Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
1	0,443	0,3610	Valid	6	0,783	0,3610	Valid
2	0,829	0,3610	Valid	7	0,475	0,3610	Valid
3	0,863	0,3610	Valid	8	0,751	0,3610	Valid
4	0,517	0,3610	Valid	9	0,838	0,3610	Valid
5	0,805	0,3610	Valid	10	0,857	0,3610	Valid
Citra Merek (X2)							
Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
1	0,426	0,3610	Valid	6	0,853	0,3610	Valid
2	0,890	0,3610	Valid	7	0,469	0,3610	Valid
3	0,868	0,3610	Valid	8	0,927	0,3610	Valid
4	0,626	0,3610	Valid	9	0,829	0,3610	Valid
5	0,904	0,3610	Valid	10	0,917	0,3610	Valid
Lokasi Usaha (X3)							
Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
1	0,444	0,3610	Valid	14	0,666	0,3610	Valid
2	0,606	0,3610	Valid	15	0,700	0,3610	Valid
3	0,682	0,3610	Valid	16	0,635	0,3610	Valid
4	0,678	0,3610	Valid	17	0,373	0,3610	Valid
5	0,710	0,3610	Valid	18	0,646	0,3610	Valid
Loyalitas Konsumen (Y)							
1	0,424	0,3610	Valid	6	0,598	0,3610	Valid
2	0,775	0,3610	Valid	7	0,546	0,3610	Valid
3	0,894	0,3610	Valid	8	0,518	0,3610	Valid
4	0,901	0,3610	Valid	9	0,597	0,3610	Valid
5	0,857	0,3610	Valid	10	0,827	0,3610	Valid
Kepuasan Pelanggan (Z)							

1	0,470	0,3610	Valid	6	0,434	0,3610	Valid
2	0,782	0,3610	Valid	7	0,801	0,3610	Valid
3	0,399	0,3610	Valid	8	0,807	0,3610	Valid
4	0,424	0,3610	Valid	9	0,611	0,3610	Valid
5	0,477	0,3610	Valid	10	0,817	0,3610	Valid

Sumber : Data Diolah SPSS Versi 20 For Windows 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan instrumen penelitian valid dan layak digunakan sebagai instrumen pengumpul data pada penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sebesarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika diberikan nilai Cronbach Alpha $\alpha > 0,60$. Untuk menguji reliabilitas instrument, penulis menggunakan analisis statistic SPSS 21, berikut ini hasil pengujian reliabilitas.

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reability Coefficients	Apha	Ket
Kualitas Produk (X1)	10 item	0.671	Reliabel
Citra Merek (X2)	10 item	0.790	Reliabel
Lokasi Usaha (X3)	10 item	0.883	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Z)	10 item	0.785	Reliabel
Loyalitas Pelangga (Y)	10 item	0.728	Reliabel

Sumber: Output SPSS 21 yang diolah 2023

Dari data tabel 4.12 diatas diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach alpha $> 0,06$ ($\alpha > 0,60$) yang artinya bahwa semua variabel X1,X2,X3,dan Z serta Y dapat dikatakan Reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui, bahwa uji T dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Salah satu cara untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat probability plot yakni dengan melihat penyeberan data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2016)

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independent yang nilai korelasinya antar sesama variabel sama dengan nol. Salah satu cara untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolineritas di dalam model regresi dengan melihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Apabila terjadi multikolineritas adalah nilai tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 . Apabila tidak terjadi multikolineritas apabila nilai tolerance $> 0,10$ atau sama dengan nilai VIF < 10 .

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar analisis untuk menentukan terjadi atau tidak terjadinya heteroskedastisitas (Ghozali, 2016)

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) 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. Analisis Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui untuk mengukur pengaruh antara satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependennya. Persamaan Regresi Model sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

A	= konstanta
B	= koefisien regresi
Y	= Loyalitas pelanggan (Variabel dependen)
X ₁	= Kualitas produk (Variabel Independen)
X ₂	= Citra merek (Variabel Independen)
X ₃	= Lokasi (Variabel Independen)
Z	= Kepuasan pelanggan (Variabel Moderasi)
e	= koefisien error

4. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol maupun dari observasi

a. Uji t

Uji statistik t ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh semua variabel bebas secara parsial akan mempengaruhi variabel terikatnya. Dasar dalam pengambilan keputusan ini sebagai berikut (Ghozali, 2018)

- 1) Jika nilai probabilitas (signifikansi) < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai probabilitas (signifikansi) > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji F

Uji statistik F ini digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependennya. Dasar dalam pengambilan keputusan adalah (Ghozali, 2016)

- 1) Jika nilai probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Jika nilai probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa variabel independen secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Pada intinya, koefisien determinasi (digunakan untuk melihat seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependennya. Koefisien determinasi bernilai antara nol dan satu. Nilai yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen amat terbatas di dalam menjelaskan variasi-variasi variabel dependen. Nilai yang mendekati satu berarti bahwa hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen diberikan oleh variabel-variabel independen (Ghozali, 2016).

5. Uji Interaksi (Moderated Regression Analysis / MRA)

Uji interaksi atau sering disebut Moderated Regression Analysis (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan

regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih independen) yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel moderating akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (Ghozali, 2016). Moderated Regression Analysis (MRA) dalam penelitian ini digunakan untuk pengujian terhadap pure moderator yang dilakukan dengan membuat regresi interaksi, tetapi variabel moderator tidak berfungsi sebagai variabel independen (Ghozali, 2016) . Moderated Regression Analysis (MRA) digunakan untuk mengetahui apakah variabel kepuasan pelanggan dapat memperkuat atau memperlemah hubungan kualitas produk, citra merek dan lokasi terhadap nilai loyalitas pelanggan. Hipotesis moderating diterima jika variabel moderasi kepuasan pelanggan (kepuasan pelanggan* kualitas produk), variabel moderasi kepuasan pelanggan (kepuasan pelanggan*citra merek) dan variabel moderasi kepuasan pelanggan (kepuasan pelanggan*lokasi) mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Persamaan Regresi Model (MRA) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + (X_1X_2X_3 \cdot Y \cdot Y^*Z) + e$$