

BAB III METODE PENELITIAN

A. Obyek dan Subyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah produk makanan Waroeng SS. Subyek dalam penelitian ini adalah konsumen Waroeng SS dan konsumen yang pernah membeli atau menikmati produk makanan dari Waroeng SS sebanyak minimal dua kali.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi (Sekaran, 2006). Penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015).

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan yaitu teknik non-probabilitas. Teknik non-probabilitas merupakan teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini terdiri *sampling* sistematis, *sampling* kuota, *sampling* aksidental, *purposive sampling*, *sampling* jenuh dan *snowball sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015).

Peneliti menggunakan kriteria, diantaranya konsumen yang telah membeli di Waroeng SS sebanyak minimal dua kali. *Sampling* adalah cara atau teknik yang

digunakan untuk mengambil sampel atau cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya (Hadi, 2012). Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang pernah menikmati produk makanan dari Waroeng SS. Penelitian ini menggunakan perhitungan sampel dari teori Hair (2006) yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang ideal dan representatif tergantung pada jumlah item pernyataan pada indikator penelitian dikalikan 5-10. Dalam penelitian ini jumlah indikator terdapat 19 item, sehingga menurut teori Hair $5 \times 19 = 95$. Sampel yang dibutuhkan dan dapat mewakili dalam penelitian ini yaitu sebanyak 95 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode kuesioner adalah daftar pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dan pertanyaan yang akan digunakan untuk mendapatkan data, baik yang dilakukan melalui telepon, surat atau bertatap muka (Ferdinand, 2011).

Dalam pengukuran skala likert menggunakan 5 tingkat preferensi jawaban yang masing-masing mempunyai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut:

1= Sangat Tidak Setuju (STS)

2= Tidak Setuju (TS)

3= Ragu-Ragu (R)

4= Setuju (S)

5=Sangat Setuju (SS)

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi kepada kita caranya mengukur variabel. Definisi operasional yaitu petunjuk tentang bagaimana

caranya mengukur suatu variabel. Definisi operasional merupakan informasi ilmiah yang sangat membantu peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama. Karena berdasarkan informasi itu, akan mengetahui caranya melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun berdasarkan konsep yang sama. Dengan demikian dapat menentukan apakah tetap menggunakan prosedur pengukuran yang sama atau diperlukan pengukuran yang baru.

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas Pelayanan adalah tingkatan baik buruknya kegiatan yang dapat didefinisikan tersendiri, yang pada hakekatnya bersifat tak teraba yang merupakan pemenuhan	1. Kenyamanan kantor. 2. Kenyamanan pelayanan. 3. Pelayanan cepat dan tanggap. 4. Rasa aman,	(Lupiyoadi, 2013).

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
		kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk dan jasa lain.		
2.	Harga (X2)	Menurut Simamora (2001), pengertian harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kejelasan informasi harga. 2. Perbandingan harga dengan took lain. 3. Pemberian diskon Proses pembayaran. 	(Rangkuti, 2012).
3.	Kepercayaan (X3)	Morgan dan Hunt (Rat dkk. 2017) mendefinisikan kepercayaan pelanggan adalah suatu rasa percaya kepada mitra dimana seseorang berhubungan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kejujuran dalam bertransaksi. 2. Tanggung-jawab kepada pembeli. 3. Kepercayaan bahwa perusahaan 	(Utama, 2013).

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
		<p>Sementara itu Indarjo (2011) mendefinisikan kepercayaan pelanggan sebagai suatu kerelaan untuk bergantung kepada partner dalam suatu hubungan transaksi dimana dalam diri partner itulah diletakkan keyakinan.</p>	<p>memiliki reputasi yang baik.</p> <p>4. Perusahaan memiliki integritas yang tinggi.</p>	
4.	Kepuasan (Z)	<p>Kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai evaluasi kesadaran dan kecintaan konsumen terhadap barang atau jasa yang</p>	<p>1. Terpenuhinya harapan konsumen.</p> <p>2. Perasaan puas menggunakan jasa.</p> <p>3. Kepuasan terhadap fasilitas.</p>	(Kotler, 2012).

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
		telah disampai kepadanya oleh produsen tertentu (Oliver dalam Birgelen <i>et al.</i> , 2000).	4. Kepuasan secara menyeluruh.	
5.	Loyalitas (Y)	Menurut Tjiptono (2000) loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merk, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang.	1. Transaksi ulang. 2. Merekomenda sikan kepada pihak lain. 3. Tidak niat pindah. 4. Tidak punya pilihan lain.	(Lupiyoadi, 2013).

Pada variabel ini terdapat tiga variabel bebas (X), satu variabel terikat (Y), dan satu variabel *intervening*. Variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1), harga (X2), kepercayaan (X3). Variabel terikat yaitu loyalitas konsumen (Y), dan variabel *intervening* yaitu kepuasan konsumen (Z).

F. Uji Kualitas Instrumen dan Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur konsistensi setiap pertanyaan sehingga dapat mengisyaratkan indikator yang diteliti. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Menurut Ghozali (2011) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS. Pengujian validitas item butir pernyataan dengan teknik *Corrected Item Tool* dengan bantuan aplikasi SPSS. Kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Nilai r yang diperoleh dilakukan dengan r tabel, bila nilai r hitung $<$ nilai r tabel, maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid. Bila r hitung $>$ nilai r tabel, maka butir pernyataan dinyatakan valid (Duwi Priyanto, 2009). Pengujian ini dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS versi 24.0. *for windows*.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh alat ukur dapat dipercaya. Koefisien alpha memanfaatkan bantuan SPSS dan batas kritis untuk nilai alpha untuk mengindikasikan kuesioner tersebut handal/reliabel yang reliabel adalah 0,60. Jadi nilai koefisien alpha $>$ 0,60 merupakan indikator bahwa kuesioner tersebut handal atau reliabel (Kuncoro, 2013).

G. Uji Hipotesis dan Analisis data

1. Analisis Data

a. Pengujian Analisis Regresi Linier Sederhana

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan metode Kuantitatif, menurut Sugiyono (2016) metode kuantitatif sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah–kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Pengujian Analisis menggunakan Analisis Regresi Linier sederhana yang dioperasikan melalui program SPSS 22.0.

Analisis Regresi sederhana menurut Sugiyono (2016) didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Model regresi sederhana : $Y = a + bX$, dimana y adalah variabel tak bebas (nilai duga), x adalah variabel bebas, a adalah penduga bagi intersap (α), b adalah penduga bagi koefisien regresi, dan α , β adalah parameter yang nilainya tidak diketahui sehingga diduga menggunakan statistic sampel. Rumus regresi linier sederhana:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y= Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X= Variabel independen

a= Konstanta (Nilai Y apabila X = 0)

b= Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

b. Metode Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Model *Path Analysis* (analisis jalur) merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2011). *Path* analisis digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen).

Manfaat dari path analisis adalah untuk penjelasan terhadap fenomena yang dipelajari atau permasalahan yang diteliti, prediksi dengan path analysis ini bersifat kualitatif, faktor determinan yaitu penentuan variabel bebas mana yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat, serta dapat menelusuri mekanisme pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

c. Uji Sobel

Di dalam penelitian ini terdapat variabel *intervening* yaitu kepuasan konsumen. Menurut Baron dan Kenny (1986) dalam Ghozali (2009) 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 test*). Dalam uji sobel ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi yaitu kepuasan. Menurut Ghazali (2011) suatu variabel disebut

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 Test*).

Dalam analisis jalur untuk mengetahui apakah pengaruh mediasi signifikan atau tidak, diuji dengan *sobel test* sebagai berikut :

$$Sp^2p^3 = \sqrt{p3^2 Sp2^2 + p2^2 Sp3^2 + Sp2^2 Sp3^2}$$

Setelah mendapatkan hasil dari Sp^2p^3 dapat dihitung nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{p^2 p^3}{Sp^2 p^3}$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel, jika nilai t hitung > nilai t tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi. Asumsi uji Sobel memerlukan jumlah sampel yang besar, jika jumlah sampel kecil, maka uji Sobel kurang konservatif Ghozali (2011).

2. Pengujian Hipotesis

Uji statistik (t test) untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari satu variabel independen secara individu dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Hipotesis diterima jika signifikan < α 0,05 dan koefisien regresi searah dengan hipotesis.

Kriteria yang digunakan adalah:

1. $H_0 : b_1 = 0$

Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing-masing variabel independen.

2. $H_a : b_1 > 0$

Artinya, ada pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing-masing variabel independen.

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut.

1. Taraf signifikan ($\alpha = 0,05$)
2. Distribusi t dengan derajat kebebasan (n)
3. Apabila t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima
4. Apabila t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak