

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan pada penelitian ini yaitu penelitian asosiatif. Jenis penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih. Di dalam penelitian ini bentuk hubungan bersifat sebab akibat (kausal), yaitu hubungan yang bersifat mempengaruhi dua variabel atau lebih. Jenis penelitian asosiatif digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y dengan menggunakan analisa statistik, dimana hasilnya nanti akan diinterpretasikan.

Pendekatan yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2. Jenis Dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah subjek darimana data data tersebut diperoleh. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 2 sumber sebagai berikut :

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data menurut (Sugiyono, 2018). Data primer diperoleh dari menyebarkan kuesioner kepada pelanggan *Get Steak* Medan. Data ini diperoleh untuk mengetahui tanggapan responden tentang pengaruh dari variabel Cita Rasa, Fasilitas dan *Promotional Activity* terhadap Loyalitas Konsumen.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh tidak berhubungan langsung memberikan data kepada pengumpul data, menurut Sugiyono, (2019) Data sekunder yang dimaksud dalam penelitian adalah data yang bersumber dari jurnal atau artikel online yang dapat diambil dari internet serta buku yang menjadi pedoman dalam penelitian ini.

3.3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian yang dilakukan di *Get Steak* Medan, yang beralamat di Jln Amal No 3-3A Sei Sikambing B Sumatera Utara 20122. Waktu penelitian ini direncanakan dari bulan Maret 2023 sampai bulan September 2023

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Keterangan	Bulan & Tahun						
		Mar 2024	Apr 2024	Mei 2024	Jun 2024	Jul 2024	Ags 2024	Sep 2024
1	Pengajuan Judul							
2	Penyusunan skripsi							
3	Bimbingan skripsi							
4	Seminar proposal							
5	Pengolahan data							
6	Bimbingan skripsi							
7	Sidang Meja hijau							

(Sumber: Data diolah, 2024)

3.4. Populasi dan Sample

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2017) "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Populasi pada penelitian ini adalah konsumen pada *Get Steak* Medan.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) "sampel merupakan sebagian atau wakil dari populasi yang memiliki sifat dan karakter yang sama serta memenuhi populasi yang diselidiki". Menurut ilmu statistik, sampel adalah bagian dari populasi. Sampel yang diambil dari populasi penelitian harus bersifat representatif (mewakili). Jika jumlah sampel tidak representatif, maka hasil penelitian tidak bisa mewakili populasi. Dalam menentukan ukuran sampel ini, penulis menggunakan Rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow ini digunakan karena jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terbatas (*infinite population*). Adapun rumus Lemeshow adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

$d = \text{sampling error} = 10\%$

Melalui rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

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

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Dengan demikian dapat diketahui jumlah sampel (n) yang didapat adalah sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang.

3.5 Definisi Operasional Variabel dan Aspek Pengukuran Variabel

Definisi operasional variabel adalah elemen atau nilai yang berasal dari objek atau kegiatan yang memiliki ragam variasi tertentu yang kemudian akan ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2018).

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel terikat yang merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. (Sugiyono, 2018). Variabel dependen biasanya disimbolkan dengan huruf “Y”. Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah Loyalitas Konsumen

2. Variabel Independen

Variabel independen disebut juga sebagai variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2018). Variabel independen biasanya disimbolkan dengan huruf “X” adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah Cita rasa, fasilitas dan *Promotional Activity*.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	<i>Cita Rasa</i> (X1)	Cita rasa merupakan bentuk kerja sama diri dari kelima macam indera manusia, yakni perasa, penciuman, perabaan, penglihatan dan pendengaran (Konsumen et al., n.d.)	1. Bau 2. Rasa 3. Rasangan Mulut (Maimunah, 2019)	Likert
2.	Fasilitas (X2)	Fasilitas adalah kenikmatan dalam bentuk nyata dan natural. Dalam dunia kerja, fasilitas yang diberikan perusahaan dalam bentuk fisik, digunakan dalam kegiatan normal perusahaan, serta memiliki jangka waktu kegunaan yang relatif permanen dan memberikan manfaat untuk masa yang akan datang. (Jufrizen, 2021)	1. Pertimbangan/perencanaan spesialisasi. 2. Perencanaan ruangan. 3. Perlengkapan/perabotan. 4. Tata cahaya 5. Warna. 6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis. (Safitri, 2021)	Likert
3.	<i>Promotional Activity</i> (X3)	Promosi adalah kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen, agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang akan ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. (Dianti, 2019).	1. <i>Advertising</i> 2. <i>Sales Promotion</i> 3. <i>Public Relation</i> – <i>Publicity</i> 4. <i>Personal Selling</i> (Farisi et al., 2020)	Likert
4.	Loyalitas Konsumen (Y)	Loyalitas konsumen sebagai sebuah perjanjian yang dibuat dengan sangat mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan suatu produk atau layanan yang disukai secara konsisten pada masa yang akan datang, dengan cara demikian dapat menyebabkan penjualan	1. Pembelian ulang (<i>repeat purchase</i>) 2. Mereferensikan produk kepada kerabat dan orang lain (<i>referral</i>) 3. Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan (<i>Retention</i>)	Likert

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		kembali jenis barang yang sama meskipun mempengaruhi situasi dan usaha-usaha pemasaran yang memiliki potensi yang dapat menyebabkan pergantian sifat (Rahmawati et al., 2019).	(Rahmawati et al., 2019).	

Sumber: Data diolah (2024)

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan adalah menggunakan kuesioner dan wawancara.

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang kompleks karena melibatkan berbagai faktor dalam pelaksanaannya. Metode pengumpulan data observasi tidak hanya mengukur sikap dari responden, namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi. Teknik pengumpulan data observasi cocok digunakan untuk penelitian yang bertujuan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, dan gejala-gejala alam. Metode ini juga tepat dilakukan pada responden yang kuantitasnya tidak terlalu besar.

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atas pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pertanyaan dalam kuesioner bersifat terbuka dan tertutup, maksudnya pertanyaan terbuka yaitu pertanyaan yang memberi pilihan-pilihan respon yang terbuka kepada responden. Responden dapat menyatakan alasan dan tanggapan atas pertanyaan tertutup

sebelumnya. Responden diberi pilihan dalam menjawab berdasarkan skala. Skala Likert adalah salah satu alat ukur (mengumpulkan data dengan cara “mengukur-menimbang”) yang setiap butir pertanyaannya memuat pilihan yang berjenjang.

Dari setiap jawaban responden terhadap daftar pertanyaan yang diajukan kemudian diberi skor tertentu. Skor tersebut bergerak antara 1 sampai 5, dengan ketentuan sebagai berikut

Tabel 3.3 Alternatif Jawaban Skala Likert

Alternatif jawaban	Skor Jawaban
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

(Sumber: Sugiyono (2017))

3. Prasurvey

Prasurvei merupakan survei persiapan yang dilaksanakan dengan cara berpartisipasi, mengambil sampel, atau mengumpulkan sebagian fakta, angka, atau opini yang diambil dan digunakan untuk memperkirakan atau menunjukkan.

4. Dokumentasi

Studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dan mempelajari dokumen-dokumen, artikel, dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini dan melakukan dokumentasi pada Get Steak Medan.

5. Wawancara

Teknik ini secara langsung bertatap muka dengan pihak bersangkutan untuk mendapatkan penjelasan dari masalah-masalah yang sebelumnya kurang jelas yaitu tentang mekanisme sistem yang digunakan pada perusahaan dan juga untuk

meyakinkan bahwa data yang diperoleh dikumpulkan benar-benar akurat. Dan mengajukan pertanyaan kepada konsumen pada Get Steak Medan.

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1. Analisis Deskriptif

Menurut Albari (2017) bahwa Dalam analisis kuantitatif, teknik analisis yang digunakan adalah dengan analisis regresi yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen dengan menggunakan program SPSS

3.7.2. Uji Instrumen Penelitian

3.7.2.1. Uji Validitas

Menurut Sugiono (2017) bahwa Uji validitas pada penelitian ini dilakukan kepada 100 responden diluar sampel. Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Untuk menentukan nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, perlu dikonsultasikan dengan tabel *r product moment*. Kriteria penilaian uji validitas adalah:

1. Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
2. Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

3.7.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiono (2017) menjelaskan bahwa Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel

dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* > dari 0,6, uji ini dilakukan setelah uji validitas dan yang merupakan pertanyaan yang sudah valid. Adapun kriteria dalam pengujian reliabilitas yang dilakukan adalah:

1. Jika r alpha positif atau > dari r tabel maka pernyataan reliabel.
2. Jika r alpha negatif atau < dari tabel maka pernyataan tidak reliabel.

3.8. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016) menjelaskan bahwa Uji Normalitas adalah mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan teknik *probability plot*, grafik, dan *one sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Dengan menggunakan tingkat signifikan 5% maka jika nilai *asympt.sig* (2-tailed) diatas nilai signifikan 5% artinya variabel residual berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016) Adanya variasi variabel independen adalah konstan untuk setiap nilai tertentu variabel independen. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas diuji dengan melihat grafik plot dan menggunakan uji *glejser* dengan pengambilan keputusan jika variabel independen signifikan secara statistika mempengaruhi variabel dependen maka ada indikasi terjadinya heteroskedastisitas. Jika probabilitas signifikan diatas tingkat kepercayaan 5% dapat disimpulkan model regresi tidak mengarah adanya heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2016) menjelaskan bahwa variabel independen yang satu dengan yang lain dengan model regresi berganda tidak saling berhubungan secara sempurna. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan *VIF* (*Variance Inflation Factor*) melalui program SPSS. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai umum yang biasa dipakai adalah $Tolerance > 1$ atau nilai $VIF < 5$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

3.9. Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Ghazali (2016) Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Persamaan yang digunakan adalah :

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

Keterangan:

Y = Loyalitas Konsumen

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

X_1 = Cita Rasa

X_2 = Fasilitas

X_3 = *Promotional Activity*

e = Error (tingkat kesalahan 5%)

Penelitian ini menggunakan alat bantu statistik SPSS 20.00 *for windows* untuk mempermudah penelitian. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

- a. Melihat nilai dari *Unstandardized Coefficients* bagian B dengan ketentuan apabila nilainya $> \alpha = 0,05$, maka akan mempengaruhi variabel *dependent*. Dan bila nilainya $< \alpha = 0,05$, maka variabel *independent* tidak signifikan mempengaruhi variabel *dependent*.
- b. Koefisien regresi setiap variabel independent menganggap variabel *independent* lain nilainya tetap. Sehingga setiap kenaikan 1% variabel *independent* maka akan meningkatkan variabel *dependent* sebesar nilai koefisien regresi.

3.10. Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Uji secara simultan (Uji F) merupakan pengujian variabel independen secara simultan ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk pengujian ini digunakan uji F yaitu dengan membandingkan $F_{hitung} > F_{tabel}$, kriteria pengujian sebagai berikut :

- $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti variabel independen secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap variabel dependen atau H_0 ditolak dan H_a diterima.
- $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti variabel independen tidak berpengaruh nyata terhadap variabel dependen atau H_0 diterima dan H_a ditolak.

Untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak, digunakan rumus sebagai berikut:

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

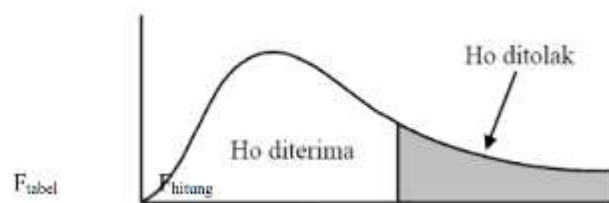
(Sugiyono, 2018, hal. 103)

Keterangan:

- R = koefisien korelasi berganda
- K = jumlah variabel independen (bebas)
- n = jumlah sampel
- R^2 = koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan
- F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F table

Fhasil perhitungan ini dibandingkan dengan Ftabel yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan level 5% dengan kriteria sebagai berikut :

- 1 H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$
- 2 H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$



b. Uji t (Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara parsial (individual) terhadap variasi variable dependen.

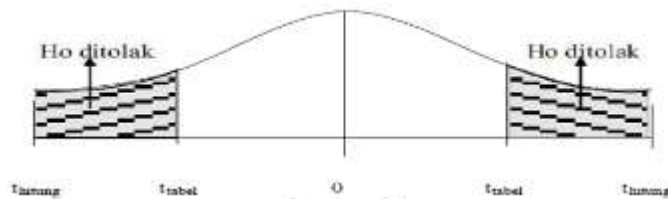
Kriteria Pengujiannya adalah:

- a) $H_0: b_1, b_2, = 0$ artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

- b) $H_a: b_1, b_2, \neq 0$ artinya secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria Pengambilan Keputusan adalah:

- a) H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
 b) H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$



3.11. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2017). Jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted* R^2 negatif, maka nilai *adjusted* R^2 dianggap bernilai nol. Secara sistematis jika nilai $R^2 = 1$, maka *adjusted* $R^2 = R^2 = 1$ sedangkan nilai $R^2 = 0$, maka *adjusted* $R^2 = (1-k)/(n-k)$. Jika $k > 1$, maka *adjusted* R^2 akan bernilai negatif.