BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut Zikmund dan Babin (2011) metode ilmiah didefinisikan dengan cara yang dilakukan oleh para peneliti dengan menggunakan pengetahuan dan bukti-bukti untuk mencapai tujuan akhir tentang dunia yang sebenarnya. Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai metode penelitian yang memiliki landasan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019). Data dari penelitian ini berupa angka-angka dan akan dianalisis menggunakan statistik sehingga metode yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Tempat penelitian merupakan lokasi atau usaha yang akan dijadikan sebagai sampel dalam suatu penelitian. Penelitian ini akan dilaksanakan di AHASS Bintang Motor yang berada di Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

3.2.2 Waktu Penelitian

Jadwal penelitian disajikan dalam tabel 3.1 berikut ini.

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	2022						
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Pengajuan Judul Skripsi							
2	Bab I							
3	Bab II							
4	Bab III							
5	Seminar Proposal							
6	Revisi pasca Seminar Proposal							
7	Penelitian							
8	Bab IV							
9	Bab V							
10	Sidang Skripsi							

Sumber: diolah peneliti (2022)

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (dalam Cumbara, 2019), definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada setiap variabel dengan memberikan arti atau pembenaran dari suatu operasional yang dibutuhkan untuk mengukur seluruh variabel yang ada dalam suatu penelitian. Definisi operasional variabel dari penelitian ini disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Promosi Penjualan (X1)	Promosi penjualan merupakan sebuah stimulus langsung terhadap konsumen dengan tujuan agar melakukan transaksi atau pembelian (Peter dan Olson, 2014).	a) Frekuensi promosi b) Kualitas promosi c) Kuantitas promosi d) Waktu promosi e) Ketepatan dan kesesuaian sasaran promosi (Kotler & Keller dalam Amalia, 2019)	Skala Likert
Kualitas Layanan (X2)	Menurut Wyckof (dalam Tjiptono, 2019), kualitas jasa didefinisikan dengan pemenuhan keinginan pelanggan yang dilakukan dengan pemberian tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian keunggulan.	a) Berwujud (*tangible*) b) Reliabilitas c) Ketanggapan (*responsiveness*) d) Jaminan dan kepastian (*assurance*) e) Empati (*empathy*) (Parasuraman dkk dalam Lupiyoadi, 2016)	Skala Likert
Loyalitas Pelanggan (Y)	Menurut Sheth dan Mittal (dalam Tjiptono, 2019), loyalitas pelanggan merupakan sebuah komitmen yang dimiliki pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin pada sikap konsistennya dalam pembelian ulang yang dilakukan.	a) Melakukan pembelian ulang secara teratur b) Melakukan pembelian di luar lini produk/jasa c) Merekomendasikan produk d) Tidak tertarik pada produk sejenis dari pesaing (Griffin dalam Hidayatulloh, 2013)	Skala Likert

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji dan kemudian akan ditarik sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2019). Menurut Zikmund dan Babin (2013), populasi adalah kelompok yang lengkap dari entitas yang memiliki kesamaan karakteristik. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen bengkel AHASS Bintang Motor yang berlokasi di Cilacap.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019), sampel merupakan bagian dari jumlah yang dimiliki sebuah populasi. Sampel didefinisikan dengan sebuah bagian kecil dari populasi yang lebih besar (Zikmund dan Babin, 2013). Ketika populasi terlalu besar, maka seorang peneliti tidak mungkin mengkaji secara keseluruhan karena akan ada berbagai keterbatasan seperti terbatasnya dana, tenaga, dan waktu. Sampel digunakan sebagai perwakilan dari populasi, sehingga sampel yang diambil harus dapat mewakili. Hasil kajian dari sampel akan ditarik kesimpulan dan kesimpulan tersebut diberlakukan untuk populasi.

Penelitian ini akan menggunakan teknik pengambilan sampel secara *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengambilan sampel nonprobabilitas (*nonprobability sampling*) adalah sebuah teknik pengambilan sampel di mana unit dari sampel dipilih berdasarkan pada penilaian

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

personal, probabilitas dari anggota tertentu apa pun dari populasi untuk dapat dipilih tidak diketahui (Zikmund dan Babin, 2013). *Purposive sampling* merupakan salah satu jenis pengambilan sampel secara *non-probability sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan unsur yang akan diteliti. Kriteria untuk menjadi responden dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang sekurang-kurangnya sudah dua kali mendapatkan pelayanan dari bengkel AHASS Bintang Motor.

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, jadi untuk menentukan jumlah sampelnya peneliti akan menggunaka rumus Rao Purba. Rumus tersebut digunakan sebagai acuan perhitungan jumlah sampel dengan jumlah populasi yang tidak diketahui. Berikut ini merupakan rumus Rao Purba (dalam Mudiantono, 2015):

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% (1,96)

Moe = *Margin of error* (tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan sebesar 10% atau 0,10

Sehingga didapatkan jumlah sampel untuk penelitian ini yaitu:

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

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,10)^2}$$

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

n = 96,04 = 96

Berdasarkan rumus di atas maka diperoleh bahwa jumlah sampel yang digunakan sekurang-kurangnya yaitu sebanyak 96 responden. Penelitian ini akan menggunakan 100 sampel.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019), jenis data berdasarkan sumbernya dibagi menjadi dua yaitu:

1. Sumber Primer

   Sumber primer didefinisikan dengan sumber data yang didapatkan secara langsung oleh pengumpul data.

2. Sumber Sekunder

   Sumber sekunder tidak secara langsung memberikan data pada pengumpul data karena biasanya melalui perantara atau dokumen.

Menurut Sugiyono (dalam Salma, 2021), teknik pengumpulan data terdiri dari:

1. Observasi (Pengamatan), yaitu melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terkait objek penelitian.
2. Kuesioner (Angket), yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab.
3. Wawancara, yaitu kegiatan tanya jawab yang dilakukan oleh peneliti dengan narasumber untuk mendapatkan informasi.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

4. Dokumen, yaitu teknik pengumpulan data dimana peneliti menggunakan catatan dari peristiwa yang sudah berlalu.

Pada penelitian ini akan digunakan data primer yang akan diambil dari kuesioner yang telah diisi oleh responden.Penelitian ini akan menggunakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner atau angket kepada sejumlah responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2019).

Kuesioner yang akan dijawab oleh responden merupakan jenis kuesioner tertutup. Dalam kuesioner tertutup ini, responden hanya perlu memilih salah satu alternatif jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti karena dalam kuesioner ini akan digunakan skala likert untuk mengukur jawaban dari responden.

Skala likert adalah jenis pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang maupun kelompok mengenai fenomena sosial yang dijadikan sebagai variabel dari sebuah penelitian (Sugiyono, 2019). Menurut Zikmund dan Babin (2013), skala likert merupakan sebuah skala ukur sikap yang dibuat dengan tujuan agar responden dapat menilai seberapa kuat mereka setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang dibuat dengan hati-hati, mulai dari sikap yang sangat positif sampai sangat negatif terhadap beberapa objek. Jawaban dari setiap pertanyaan yang menggunakan skala ini memiliki perbedaan dari yang sangat positif sampai negatif. Jawaban yang disediakan ada 5 yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Data yang didapatkan yaitu

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

berupa jawaban responden dari kuesioner penelitian yang meliputi indikator-indikator dalam variabel promosi penjualan, kualitas layanan, dan loyalitas pelanggan.

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2019), analisis data merupakan kegiatan dalam mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari semua responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang dibuat. Statistik yang digunakan dalam menganalisis data dibagi menjadi dua yaitu statistik deskriptif dan statistik iferensial. Statistik iferensial dibagi lagi menjadi statistik parametris dan non-parametris. Teknik analisis statistik deskriptif hanya mendeskripsikan sampel. Sedangkan teknik analisis statistik iferensial dapat digunakan untuk menganalisis data sampel yang hasilnya dapat diberlakukan untuk sebuah populasi. Istilah lain dari statistik iferensial yaitu statistik probabilitas atau statistik induktif.

Data yang diperoleh dari responden akan diuji menggunakan *software* SPSS (*Statistical Package for Social Science*). SPSS merupakan program komputer yang digunakan untuk melakukan analisis statistik. Pada tahap pertama akan dilakukan uji kualitas data dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas yang ada pada SPSS untuk mengetahui kelayakan kuesiner sebagai sumber data dalam penelitian. Kemudian akan dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas untuk mengetahui hubungan antar variabel. Langkah terakhir akan dilakukan uji hipotesis untuk mengetahui diterima atau tidaknya perumusan hipotesis dari peneliti. Berikut ini adalah analisis data yang akan dilakukan untuk penelitian ini:

3.6.1 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Menurut Raharjo (2021) dalam laman SPSS Indonesia, uji validitas merupakan alat yang digunakan mengetahui atau mengukur kevalidan atau kesesuaian kuesioner yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data dari responden. Pada penelitian ini akan menggunakan uji validitas *product moment pearson correlation* dimana pada uji ini akan menggunakan prinsip menghubungkan antara skor setiap pertanyaan dengan skor total yang diperoleh dari jawaban responden.

Menurut Raharjo (2021), dasar pengambilan keputusan dalam uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel atau dengan cara membandingkan nilai signifikansi dengan probabilitas lima persen atau 0,05. Jika menggunakan cara membandingkan nilai r, maka ketentuannya yaitu ketika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel berarti pertanyaan yang ada dalam kuesioner dinyatakan valid atau sah dan sebaliknya. Ketentuan ketika menggunakan cara membandingkan nilai signifikansi dengan probabilitas yaitu jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 dan *pearson correlation* bernilai positif berarti pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid atau sah. Tetapi jika nilai signifikansi kurang dari 0,05

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

dengan *pearson correlation* bernilai negatif atau nilai signifikansi lebih dari 0,05 berarti pertanyaan dalam kuesioner dinyatan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (dalam Mudiantono, 2015) uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari sebuah variabel. Fungsi dari uji reliabilitas dalam analisis statistik yaitu untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu kuesioner yang digunakan oleh peneliti, sehingga kuesioner tersebut dapat dihandalkan untuk mengukur variabel penelitian. Suatu kuesioner dikatakan handal atau reliabel jika jawaban dari responden selalu stabil. Pada penelitian ini akan dilakukan uji reliabilitas pada program SPSS dan akan melihat dari nilai *Cronbachs Alpha* yang terdapat pada tabel output SPSS. Menurut Sujarweni (dalam Raharjo, 2021), uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersamaan pada seluruh pertanyaan dalam kuesioner. Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas yaitu jika nilai *Cronbachs Alpha* lebih dari 0,60 maka kuesioner dinyatakan handal atau reliabel.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Hidayat (2017), asumsi klasik merupakan syarat yang perlu dipenuhi pada model regresi linear OLS (*Ordinary Least Square*) agar model tersebut dapat dikatakan valid atau sah sebagai alat penduga. Regresi linear OLS yaitu model regresi linear yang menggunakan metode perhitungan kuadrat terkecil. Regresi linear OLS dibagi menjadi dua yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

berganda. Regresi linear sederhana yaitu regresi linear dengan variabel bebas dan variabel terikat masing-masing satu. Sedangkan regresi linear berganda yaitu ketika ada satu variabel terikat dan beberapa variabel bebas. Ketika seluruh asumsi klasik terpenuhi, maka model regresi tersebut dapat dikatakan BLUE (*Best Linear Unbiased Estimation*).

Penelitian ini menggunakan satu variabel terikat dan dua variabel bebas, sehingga akan digunakan uji asumsi klasik yang ada pada regresi linear berganda. Uji asumsi klasik pada regresi linear berganda terdiri dari data interval, linearitas, normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Autokorelasi hanya digunakan ketika data yang diperoleh merupakan data time series. Dalam penelitian ini akan dilakukan tiga uji yaitu normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

1. Uji Normalitas

Menurut Raharjo (2021), uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat dalam model regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Normalitas dapat diketahui dengan melakukan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dan melalui *normal probability plot* yang menampilkan penyebaran titik-titik di sekitar garis diagonal.

Menurut Ghozali (dalam Cumbara, 2019) dikatakan terdistribusi secara normal ketika titik-titiknya berada di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dasat pengambilan keputusan dalam uji

Kolmogorov-Smirnov adalah ketika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data penelitian terdistribusi normal dan sebaliknya (Raharjo, 2021).

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Raharjo (2021) dalam laman SPSS Indonesia menyatakan bahwa uji multikolinieritas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi atau hubungan antar variabel bebas dalam model regresi. Dikatakan model regresi yang baik yaitu ketika tidak ada korelasi antar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian. Untuk mengetahui multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *Tolerance* (TOL) atau melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan ketentuan jika nilai VIF lebih besar dari atau sama dengan sepuluh berarti ada multikolinieritas dan jika nilai TOL kurang dari atau sama dengan 0,1 berarti ada multikolinieritas antar variabel bebasnya.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Raharjo (2021), uji heteroskedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi ada ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik yaitu ketika tidak terjadi heteroskedastisitas melainkan terjadi homoskedastisitas.

Menurut Raharjo (2021), dalam uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser yaitu dengan cara meregresikan variabel bebas terhadap nilai absolute residual atau Abs_RES. Dasar pengambilan keputusan untuk uji glejser yaitu

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA
PERPUSTAKAAN

ketika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

3.6.3 Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan ketika terdapat dua atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat pada suatu penelitian. Analisis ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018). Uji regresi linear berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mendapat gambaran bagaimana variabel bebas yang terdiri dari promosi penjualan dan kualitas layanan mempengaruhi variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Menurut Anwar Hidayat (2017), bentuk umum persamaan regresi berganda untuk k variabel bebas dituliskan dalam rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel terikat (loyalitas pelanggan)

a = Konstanta regresi

b = Koefisien Regresi X

X_1 = Variabel bebas (promosi penjualan)

X_2 = Variabel bebas (kualitas layanan)

e = standar eror

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

2. Uji Statistik t atau Uji Signifikansi Parameter Individual

Menurut Raharjo (2019), uji statistik t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara terpisah atau sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah promosi penjualan berpengaruh pada loyalitas pelanggan dan apakah kualitas layanan berpengaruh pada loyalitas pelanggan. Kita dapat memperhatikan nilai signifikansi pada tabel *Coefficients* untuk menganalisis hasil uji t ini. Ketentuan dalam uji ini yaitu ketika nilai signifikansi kurang dari 0,05 berarti hipotesis diterima dimana promosi penjualan atau kulaitas layanan secara individu berpengaruh pada loyalitas pelanggan.

3. Uji Statistik F atau Uji Kelayakan Model

Menurut Raharjo (2019), uji kelayakan model atau yang lebih sering disebut dengan uji F yaitu uji statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji F dalam penelitian ini akan digunakan untuk mengetahui apakah promosi penjualan dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal yang harus diperhatikan dalam uji ini yaitu pada hasil yang terdapat pada tabel output ANOVA yang dilakukan dalam program SPSS. Analisis varian satu arah atau *analysis of variance* (ANOVA) didefinisikan sebagai analisis yang melibatkan penyelidikan atas pengaruh dari satu variabel perlakuan pada sebuah variabel terikat yang diukur secara interval (Zikmund dan Babin, 2013).

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

Pedoman yang digunakan untuk menganalisis hasil output yaitu dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi ANOVA atau dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel (Raharjo, 2016). Jika analisis yang dilakukan yaitu dengan membandingkan nilai signifikansi tabel ANOVA, maka ketika nilai signifikansi kurang dari 0,05 berarti hipotesis diterima dimana promosi penjualan dan kualitas layanan berpengaruh secara bersamaan terhadap loyalitas pelanggan dan sebaliknya. Jika analisis yang dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel, maka hipotesis akan diterima ketika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel.

4. Koefisien Determinasi

Menurut Raharjo (2019), koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi ini dapat digunakan ketika dalam uji kelayakan model atau uji F menghasilkan nilai yang signifikan jika terbukti ada pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (Raharjo, 2017). Semakin besar nilai koefisien determinasinya berarti semakin baik variabel bebasnya dalam menjelaskan variabel terikat yang digunakan dalam penelitian.

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA