

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sebagaimana dikatakan oleh Arikunto (2016) pada penelitian yang dituliskan menggunakan metode yakni deskriptif kuantitatif, yakni sebuah proses yang dimulai dengan pengumpulan data, interpretasi, tampilan, serta hasil sebelum menggunakan angka untuk membentuk suatu gambaran objektif dari suatu masalah.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yakni jumlah dari seluruh nilai yang memungkinkan, hasil dari pengukuran ataupun penghitungan, kualitas ataupun kuantitas dari karakteristik tertentu yang berkaitan dengan kelompok objek yang lengkap serta jelas yang akan dipahami berdasarkan sifat-sifatnya (Fatihudin, 2020). Arikunto (2016) mendefinisikan populasi yakni keseluruhan pada subyek penelitian. Populasi dalam penelitian yang dituliskan yakni pelanggan dari tahun 2020 hingga tahun 2023 di warung kopi Gendis di Surabaya yang tidak diketahui jumlah secara pastinya.

2. Sampel

Fatihudin (2020) mengemukakan sampel yakni sebagian dari populasi. Selain tujuannya untuk mereduksi objek penelitian dan menarik generalisasi, penelitian pengambilan sampel (*sampling study*) dilaksanakan dengan

pertimbangan efisiensi alasan biaya, waktu, dan tenaga. Pernyataan tersebut dipakai untuk menentukan jumlah minimal sampel dalam penelitian tertulis dari Hair & et al., (2010) Dengan asumsi $n \times 5$ *observed variabel* (indikator) sampai dengan $n \times 10$ *observed variabel*, maka jumlah sampel sebagai responden harus juga disesuaikan dengan banyaknya jumlah indikator pertanyaan yang digunakan pada kuesioner. Bila jumlah item pertanyaan tertulis 11 item yang digunakan untuk menguji tiga variabel dibagi dengan jumlah responden 11 item pernyataan dikalikan 9 sama dengan 99 responden yang dituliskan dalam penelitian.

Berdasarkan penentuan jumlah sampel tersebut, maka jumlah responden yang didapatkan yakni 99 responden. Teknik sampling yang dipakai yakni *purposive sampling* yakni dalam pengambilan sampel dilaksanakan dengan sengaja pada penelitian ini sesuai pada syarat yang telah ditentukan diantaranya:

- 1) Pelanggan yang ditemui di warung kopi Gendis
- 2) Pelanggan yang sudah melaksanakan pembelian minimal 2 kali
- 3) Masuk kategori usia produktif yakni usia diantara 15-64 tahun sebagaimana dijelaskan Badan Pusat Statistik (BPS) (www.bps.go.id, 2023).

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yakni karakteristik ataupun sifat suatu nilai dari seseorang ataupun objek yang memiliki variasi dari satu anggota kelompok yang lain. (Sugiyono, 2019). Variabel-variabel dalam penelitian ini dicantumkan berdasarkan telaah literatur serta perumusan hipotesis yakni:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas diartikan variabel yang memengaruhi ataupun menjadi suatu sebab atas timbulnya ataupun berubahnya variabel terikat (*dependent variable*). Dalam penelitian yang dituliskan yang diartikan variabel bebas yakni variabel *relationship marketing* (X1) dan *word of mouth* (X2).

a. *Relationship Marketing* (X1)

Relationship marketing yakni penilaian pelanggan terhadap strategi dalam mempertahankan dan meningkatkan layanan guna mempertahankan atas hubungan jangka panjang dengan pelanggan dari warung kopi Gendis di Surabaya.

Empat indikator *relationship marketing* yang dipakai untuk mengukur kinerja perusahaan diantaranya (Hasan, 2019):

- 1) *Relationship*
- 2) *Empathy*
- 3) *Value*
- 4) *Trust*

b. *Word of mouth* (X2)

Word of mouth yakni penilaian pelanggan atas aktivitas komunikasi dari *word of mouth* yang diterima suatu pihak dari pelanggan warkop Gendis berupa pujian, rekomendasi, serta komentar tentang pengalaman atas pembelian produk ataupun penggunaan layanan sebelumnya.

Babin (2015) menjelaskan indikator *word of mouth* diartikan:

- 1) Membicarakan
- 2) Merekomendasikan
- 3) Mendorong

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat diartikan variabel yang terpengaruhi ataupun menjadi sebab akibat yang terdapat pada variabel bebas (*independent variable*). Dalam penelitian yang dituliskan yang diartikan variabel terikatnya yakni Loyalitas Pelanggan di warung kopi Gendis di Surabaya (Y). Loyalitas pelanggan yakni perilaku pembelian berulang di warung kopi Gendis di Surabaya yang diungkapkan berdasarkan jangka waktu dengan sejumlah unit pengambilan pada keputusan, seseorang tersebut dapat disebut sebagai pelanggan yang loyal.

Adapun sejumlah ciri ataupun karakteristik seorang konsumen bisa dibidang loyal (Griffin, 2016) diantaranya:

- 1) *Makes regular repeat purchases*
- 2) *Purchases across product and services line*
- 3) *Refers other*
- 4) *Customers may demonstrate the product immune against competitors*

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan pada penelitian yang dituliskan yakni variabel independen yakni *Relationship Marketing* (X1), *Word of Mouth* (X2) dan variabel dependen Loyalitas Pelanggan (Y). Berdasarkan terori yang dijabarkan sebelumnya dapat ditinjau definisi operasional variabel dan indikatornya pada table 3.1 berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
<i>Relationship Marketing</i> (Hasan, 2019)	Aktivitas yang tujuannya untuk membangun hubungan jangka panjang antara warung kopi Gendis di Surabaya dan pelanggannya demi keuntungan bersama kedua belah pihak.	a. <i>Relationship</i>
		b. <i>Empathy</i>
		c. <i>Value</i>
		d. <i>Trust</i>
<i>Word of Mouth</i> (Babin, 2015)	Aktivitas komunikasi dari mulut ke mulut mengenai produk dan pelayanan warung kopi Gendis di Surabaya yang disebarkan satu pihak sebagai pelanggan ke pihak lain diantaranya teman dan keluarga dekatnya.	a. Membicarakan
		b. Merekomendasikan
		c. Mendorong
Loyalitas Pelanggan (Griffin, 2016)	Keinginan pelanggan warung kopi Gendis di Surabaya untuk tetap setia yang dibuktikan dengan pembelian ulang.	a. <i>Makes regular repeat purchases</i>
		b. <i>Purchases across product and services line</i>
		c. <i>Rrefers other</i>
		d. <i>Customers may demonstrate the product immune against competitors</i>

E. Metode Dan Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilaksanakan menggunakan kuesioner. Indriantoro & Supomo (2018) menjelaskan dalam kuesioner terdapat sejumlah pertanyaan-pertanyaan tertulis, sehingga dapat digunakan dalam mendapatkan informasi yang berasal dari responden, dimana pertanyaan-pertanyaan tersebut dikirim secara langsung kepada responden menggunakan bantuan aplikasi Google Form. Informasi dikumpulkan melalui studi lapangan dengan memberikan kuesioner untuk dijawab responden pada pelanggan warung kopi Gendis di Surabaya.

Sistem penskoran untuk menguji kelayakan kuesioner (Sugiyono, 2019). menggunakan skala *likert* antara 1 sampai dengan 5, yakni sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), ragu-ragu (3), setuju (4), dan sangat setuju (5).

F. Sumber Data

1. Data Primer

Informasi itu biasanya dikumpulkan dari peserta penelitian melalui observasi ataupun eksperimen. Pengamatan langsung biasanya yakni metode terbaik untuk mengumpulkan data primer; Subyek diberi lembar pertanyaan untuk dijawab yang ditujukan kepada responden (Sujarweni & Endrayanto, 2019). Data yang dipakai yakni data primer yakni data jawaban responden yang didapatkan dari kuesioner.

2. Data Sekunder

Data Sekunder yakni suatu data yang telah dimasukkan ke dalam dokumen tertulis tetapi tidak langsung diterima dari sumber utama. Sumber biasa dari informasi ini yakni buku cetak. (Sujarweni & Endrayanto, 2019).

- a. Profil warung kopi Gendis di Surabaya
- b. Data jumlah kunjungan pelanggan dan konsumen
- c. Data fluktuasi penjualan

G. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dilaksanakan sesudah semua data terkumpul. Data yang dikumpulkan sudah diperiksa secara ketat oleh para peneliti untuk kebenaran, kebenaran, dan validitas untuk menentukan apakah sejalan dengan tujuan penelitian dan dengan demikian siap untuk diproses. Terdapat dua teknik dalam pengolahan data yakni secara manual dan terkomputerisasi. Sebab pengolahan data kualitatif akan sangat berbeda dengan pengolahan data kuantitatif, penggunaan kedua metodologi ini tergantung pada metodologi penelitian, khususnya apakah mendekati jenis penelitian kuantitatif ataupun jenis penelitian kualitatif. Oleh sebab itu, pertimbangkan dua kategori penelitian ini sebelum memilih metode pengolahan data (Fatihudin, 2020). Teknik tabulasi dan transformasi data menggunakan bantuan aplikasi MS. Excel 2021 dan aplikasi SPSS versi 23.

H. Analisis Data

Dalam analisis penelitian yang tujuannya yakni untuk memahami pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, analisis regresi linier berganda dipakai dalam penelitian tertulis.

1. Statistik Deskriptif

Sugiyono (2018) menjelaskan statistik deskriptif yakni statistika yang berfungsi meringkas ataupun memberikan rangkuman tentang subjek penelitian dengan menggunakan data sampel ataupun populasi dalam bentuk apa adanya, tanpa melaksanakan analisis ataupun kesimpulan dalam bentuk umum.

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Siregar (2015) memperlihatkan validitas ataupun kesahihan memperlihatkan seberapa mampu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin untuk diukur (*a valid measure if it succesfully measure the phenomenon*). (Sujarweni & Endrayanto, 2019) mengungkapkan uji validitas seharusnya dilaksanakan pada tiap-tiap butir pertanyaan.

Dengan menggunakan aplikasi SPSS, periksa keakuratan penelitian yang ditulis. Hasil keluaran SPSS pada tabel berjudul *Item-Total Statistics* memperlihatkan validitas setiap item pertanyaan. Nilai *Corrected item-Total Correlation* setiap item pertanyaan dapat dipakai guna mengevaluasi validitas setiap item pertanyaan. Sebuah butir pertanyaan terbilang valid apabila nilai r_{hitung} yang diartikan nilai dari *Corrected item-Total Correlation* $>$ r_{tabel} hasil dari uji validitas yang dilaksanakan di aplikasi SPSS (Sugiyono, 2019).

b. Uji Reliabilitas

Siregar (2015) menjelaskan reliabilitas (kendala) dipakai untuk menilai reliabilitas dan konsistensi tanggapan responden terhadap pertanyaan yang yakni dimensi pada suatu variabel serta diajukan dalam pertanyaan kuesioner. Semua pertanyaan dilaksanakan pada pengujian reliabilitas.

Uji reliabilitas dapat ditinjau pada nilai *Cronbach Alpha*, apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 hasil dari uji realibilitas yang dilaksanakan di Aplikasi SPSS maka hasilnya reliabel. Namun, apabila sebaliknya $< 0,60$ maka pertanyaan yakni tidak reliabel (Sugiyono, 2019).

3. Uji Asumsi Klasik

Untuk menentukan layak ataupun tidaknya model analisis regresi penelitian, maka harus dilaksanakan uji asumsi klasik. Uji ini terdiri atas:

a. Uji Normalitas

Ghozali (2020) Tujuan dari pengujian tersebut yakni untuk mengetahui apakah terdapat model regresi, variabel pengganggu ataupun residual dengan distribusi normal. Distribusi normal secara diagonal hendak membentuk sebuah garis lurus. Garis yang menggambarkan data aktual yang akan mengikuti garis diagonal apabila distribusi data residual tersebut normal. Dasar pengambilan keputusan menurut (Santoso, 2016) bisa dilaksanakan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yakni:

1) Apabila probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari sampel yakni normal.

2) Apabila probabilitas $< 0,05$ maka sampel tidak berdistribusi secara normal.

Pengujian yang dilaksanakan secara visual bisa dilaksanakan pada metode gambar *normal Probability Plots* dalam program SPSS. Dengan dasar proses pengambilan keputusan yakni:

- a) Dapat dikatakan bahwa model regresi terpenuhi syarat normalitas apabila data menyebar di sekitar garis diagonal serta bergerak searah dengan garis diagonal.
- b) Model regresi tidak memenuhi syarat normalitas apabila data menyebar dari garis diagonal dan tidak bergerak searah dengan garis diagonal.

b. Uji Multikolinieritas

Ghozali (2020) menjelaskan uji multikolinieritas ditinjau dari nilai *tolerance* serta lawannya, *Variance Inflation Faktor* (VIF). Kedua ukuran tersebut dapat dipakai untuk mengidentifikasi variabel independen mana yang dikemukakan oleh variabel yang lainnya. Variabel dependen (terikat) dibuat dengan meregresi setiap variabel independen terhadap variabel independen lainnya. Jadi, Artinya nilai toleransi yang rendah setara dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai $tolerance \leq 0,10$ ataupun sama dengan $VIF \geq 10$ merupakan nilai *cutoff* yang biasa digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2020) menjelaskan uji heteroskedastisitas dilaksanakan untuk menentukan apakah *variance* antara satu residual dan pengamatan lain dalam model regresi tidak sama. Jika *variance* antara dua pengamatan diartikan tetap, maka disebut Homokedastisitas dan apabila berbeda disebut Heteroskedastisitas. Pengertian yang lain menurut Gujarati (2019) mendefinisikan uji heteroskedastisitas diartikan: “Situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang ataupun melebihi dari yang semestinya, dengan demikian, supaya koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi”.

Cara menguji ada ataupun tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Rank Spearman yakni dengan mengkorelasikan tiap-tiap variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Terjadi heteroskedastisitas (varian residual tidak homogen) apabila nilai koefisien korelasi antara tiap-tiap variabel independen dengan nilai absolut residual (error) signifikan. Heteroskedastisitas juga dapat ditinjau menggunakan program SPSS dengan meninjau grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen, ZPRED, dan SDRESID residual. Heteroskedastisitas terjadi apabila terdapat pola yang tertentu, diantaranya titik-titik membentuk suatu pola yang teratur. Sebaliknya, heteroskedastisitas tidak ada apabila tidak mengikuti suatu pola tertentu yang teratur. (Gujarati, 2019).

4. Uji Regresi Linear Berganda

Pengertian analisis regresi linier berganda menurut Sugiyono (2018) yakni Ketika dua ataupun lebih variabel independen dipakai sebagai bentuk faktor prediktor (digerakkan naik turun), analisis dipakai untuk menentukan bagaimana kondisi (naik turun) variabel dependen (kriteria) nantinya.

Artinya suatu analisis guna meninjau sejauh mana dari pengaruh variabel *relationship marketing* (X1) dan *word of mouth* (X2) terhadap variabel dependen yakni loyalitas pelanggan (Y). Analisis regresi linier berganda menggunakan rumus persamaan diantaranya mengutip pada (Ghozali, 2020), yakni:

$$Y : a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : Loyalitas

a : Konstanta

b₁ : Koefisien regresi dari variabel X₁

X₁ : *Relationship Marketing*

b₂ : Koefisien regresi dari variabel X₂

X₂ : *Word of mouth*

ε : Error

Data yang telah terkumpul dapat diolah dengan program data pada komputer yakni SPSS versi 23 guna menghasilkan suatu nilai koefisien determinasi yang lebih tepat serta akurat.

a. Uji Hipotesis

Pembuktian hipotesis dilaksanakan melalui:

1) Uji t

Yakni uji yang dipakai guna mengukur apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2020). Merumuskan hipotesa secara membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} :

- a) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ ataupun $t_{table} < t_{hitung}$, maka H1 diterima, artinya variabel bebas Xberpengaruh secara signifikan terhadap Y.
- b) Apabila $t_{tabel} < t_{hitung}$ ataupun $t_{table} > t_{hitung}$ maka H1 ditolak, artinya variabel bebas X tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Y.

Merumuskan hipotesa dengan membandingkan signifikansi pada probabilitas:

- 1) Apabila sebuah nilai prob $t < 0,05$ maka H1 diterima.
- 2) Apabila sebuah nilai prob $t > 0,05$ maka H1 ditolak.

2) Uji F

Ghozali (2020) menyebutkan uji F ataupun uji simultan dipakai untuk menilai bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen ataupun terikat dalam pengaruh simultan.

Merumuskan hipotesa dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} :

- a) Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_1 diterima. Berarti hal itu menunjukkan terdapat adanya pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.
- b) Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_1 ditolak. Artinya hal itu menunjukkan terdapat adanya pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.

Merumuskan hipotesa dengan membandingkan signifikansi pada probabilitas:

- a) Apabila nilai prob $t < 0,05$ maka H_1 diterima.
- b) Apabila nilai prob $t > 0,05$ maka H_1 ditolak.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi dipakai untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel *Relationship Marketing* (X_1) dan *Word of mouth* (X_2) terhadap terhadap variabel dependen yakni Loyalitas Pelanggan (Y). Nilai koefisien determinasi yakni antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil artinya Varians yang tergolong sangat kecil dalam variabel dependen dapat dikemukakan oleh variabel independen. Apabila nilainya mendekati 1, variabel hampir semuanya memenuhi kriteria guna memprediksi suatu variasi variabel dependen (Ghozali, 2020).