

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Bentuk Penelitian

Menurut Sugiyono (2017,h:8), Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Sedangkan menurut Rusiadi (2013:14) dikutip oleh Padlina (2018,h:33), Penelitian asosiatif/kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui derajat hubungan dan pola/bentuk pengaruh antar dua variabel atau lebih, dimana dengan penelitian ini maka akan dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Penelitian dalam permasalahan asosiatif memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh pemberian potongan harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Salon Romeo *Barbershop* Medan yang beralamat di Jalan Kayu Putih Medan No. 214 Kecamatan Medan Deli Kota Medan dan yang menjadi objek penelitian yakni pelanggan Salon Romeo *Barbershop* Medan yang berdomisili di Kelurahan Mabar Kecamatan Medan Deli dan waktu penelitian dilakukan pada bulan Juni 2019.

Tabel 3.1
Jadwal Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2019							
		Nov	Mei	Juni	Juli	Agt	Sep	Okt	Nov
1.	Pengajuan Judul								
2.	Penyusunan Proposal								
3.	Pengambilan Data								
4.	Pengolahan Data								
5.	Penulisan Skripsi								
6.	Bimbingan Skripsi								
7.	Sidang								

3.3. Populasi dan Sampel

Menurut Rusiadi, Subiantoro dan Hidayat (2016,h:30), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan penjelasan di atas, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Salon Romeo *Barbershop* di wilayah Kelurahan Mabar Kecamatan Medan Deli sebanyak 100 orang.

Menurut Rusiadi, Subiantoro dan Hidayat (2016,h:31), Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Sugiyono (2012:95) dikutip oleh Padlina (2018:34-35), Untuk menentukan jumlah sampel penulis menggunakan teknik penarikan sampel berdasarkan jumlah populasi. Menentukan jumlah sampel dari suatu populasi dapat menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{100}{1 + (100)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{100}{1 + 1}$$

$$n = 50$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen Kelonggaran

Berdasarkan perhitungan sampel di atas diperoleh hasil bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 orang pelanggan Salon Romeo *Barbershop* di Wilayah Kelurahan Mabar Kecamatan Medan Deli.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan adalah data primer berupa hasil jawaban angket dari para responden yang merupakan pelanggan Salon Romeo *Barbershop* (Jl. Kayu Putih, Medan) serta observasi di lokasi penelitian dan data sekunder berupa dokumentasi dan data pada Salon Romeo *Barbershop* (Jl. Kayu putih, Medan).

3.5. Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data-data, informasi, keterangan-keterangan serta fakta-fakta yang dibutuhkan untuk penelitian ini, maka dilakukan teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teknik pengumpulan data primer

Menurut Sangadji dan Sopiah (2017,h:301), Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Teknik pengumpulan data primer tersebut dilakukan dengan menggunakan instrument sebagai berikut : metode angket/kuesioner digunakan sebagai alat pendamping dalam mengumpulkan data. Daftar dibuat pertanyaan semi terbuka yang memberikan pilihan jawaban pada responden dan memberikan penjelasan-penjelasan yang diperlukan oleh penulis.

Untuk membantu dalam menganalisis data yang diperoleh dalam penelitian, maka penelitian ini menggunakan teknik penentuan skor. Teknik penentuan skor yang digunakan adalah dengan skala likert untuk menilai jawaban koesioner responden. Bobot nilai angket yang ditentukan berdasarkan skala likert, adapun skor yang ditentukan untuk setiap pertanyaan adalah :

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Keterangan	Bobot Nilai
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Biasa	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

2. Teknik pengumpulan data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung. Menurut Sangadji dan Sopiah (201,h:304), Data sekunder umumnya tidak dirancang secara spesifik untuk memenuhi kebutuhan penelitian tertentu. untuk mendukung

penelitian ini penulis mendapatkan dengan cara membaca buku-buku dan literature baik melalui dokumen atau perpustakaan.

3.6. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah aspek penelitian yang menginformasikan tentang cara mengukur variabel. Berdasarkan teori dan permasalahan yang dipaparkan pada sub-bab sebelumnya, maka dalam penelitian ini variabel yang akan dianalisis adalah Potongan harga, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan.

Berikut ini merupakan indikator dari variabel-variabel yang berkaitan dengan penelitian baik itu variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent).

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Keterangan
1.	Potongan harga (X1)	Potongan harga adalah pengurangan harga yang sering digunakan untuk meningkatkan jumlah penjualan dan menarik konsumen untuk melakukan pembelian ulang.	a. Kesesuaian potongan harga b. Jenis potongan harga c. Waktu diskon d. Daya saing	Skala Likert
2.	Kualitas pelayanan (X2)	Suatu barang atau jasa dinyatakan berkualitas apabila karakteristik barang atau jasa tersebut sesuai dengan harapan serta kebutuhan pelanggan.	a. Keandalan (<i>reliability</i>) b. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) c. Empati (<i>emphat</i>)	Skala Likert

			d. Berwujud (<i>tangible</i>)	
3.	Loyalitas pelanggan (Y)	Loyalitas konsumen/pelanggan yaitu suatu komitmen untuk melakukan pembelian ulang suatu produk atau jasa secara konsisten.	a. Pembelian ulang b. Kesesuaian produk/jasa c. Rekomendasi d. Daya saing	Skala Likert

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut. Teknik analisa yang digunakan adalah:

3.7.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Rusiadi, Subiantoro dan Hidayat (2016,h:106), Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrument yang valid merupakan instrument yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak di ukur. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan dikatakn valid. Sebaliknya, bila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan dikatakan tidak valid. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan untuk menguji data yang valid atau tidak valid setelah menggunakan kuesioner.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Rusiadi, Subiantoro dan Hidayat (2016,h:107), Reliabilitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila

diukur beberapa kali dengan alat ukur yang sama. Suatu instrument dikatakan *reliable* apabila instrument tersebut digunakan untuk subjek yang sama, dalam waktu dan kondisi yang berbeda, tetapi menunjukkan hasil yang sama. Bila *alpha cronbach* $> 0,60$. Maka koefisien dinyatakan *reliable*. Sebaliknya, bila *alpha cronbach* $< 0,60$, maka koefisien dinyatakan tidak *reliable*. Uji validitas dan reliabilitas ini diukur dengan menggunakan bantuan aplikasi *software SPSS24 for windows*.

3.7.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2009) yang dikutip oleh Rusiadi, Subiantoro dan Hidayat (2016,h:149), Uji normalitas mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah data normal atau mendekati normal. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Kolmogorov-smirnov. Uji kolmogrov-smirnov test merupakan salah satu alat statistic non parametric dengan penggunaan fungsi distribusi kumulatif. Caranya adalah dengan membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi komulatif dari distribusi normal.

Pengambilan keputusan mengenai normalitas adalah sebagai berikut :

- a. Jika $P < 0,05$ maka distribusi data tidak normal.
- b. Jika $P > 0,05$ maka distribusi data normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut (Santoso.2002) yang dikutip oleh Rusiadi, Subiantoro dan Hidayat (2016,h:154), Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam mode regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance dan variance inflation factor (VIF)* dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Apabila nilai *tolerance value* $> 0,10$ atau $VIF < 10$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Rusiadi, Subiantoro & Hidayat (2016,h:157), Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan yaitu model yang terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.

$$E(X_i, \mu_j) \neq 0, \text{ sehingga } E(\mu_i)^2 \neq \delta^2$$

Salah satu asumsi dasar regresi linier adalah bahwa variasi residual (variabel gangguan) sama untuk semua pengamatan. Didalam regresi, biasanya kita berasumsi bahwa $E(\mu_i)^2 = \delta^2$, untuk semua uji μ_i , artinya untuk semua kesalahan pengganggu, variannya sama. Pengujian untuk mendeteksi heteroskedastisitas dilakukan dengan cara :

Uji formal yaitu *Uji White (White's General Heteroscedasticity Test)*

Uji *white* dimulai pengujiannya dengan membentuk model :

$$Y_i = \alpha + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n + \mu_i$$

3.7.3. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh potongan harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan persamaan yang digunakan penelitian ini :

$$Y = \alpha + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

Dimana :

Y = loyalitas pelanggan

α = konstanta

$b_1 b_2$ = besaran koefisien dari masing-masing variabel

x_1 = potongan harga

x_2 = kualitas pelayanan

e = *term of error*

3.7.4. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t-statistik merupakan pengujian untuk mengetahui apakah masing-masing koefisien regresi signifikan atau tidak terhadap dependen variabel dengan menganggap variabel independen lainnya konstan. Untuk melihat hubungan variabel x dan y digunakan uji statistic dengan rumus:

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Kriteria pengujian adalah :

- Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis alternative ditolak.
- Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis alternative diterima.

2. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Rusiadi, Subiantoro dan Hidayat (2016,h:234), Uji F menguji pengaruh simultan antara variabel independent terhadap variabel dependen. Adapun langkah-langkah dalam pengambilan keputusan untuk uji F adalah sebagai berikut:

- a. $H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$, artinya secara bersama-sama tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. $H_0 : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k = 0$, artinya secara bersama-sama ada pengaruh variabel indeviden terhadap variabel dependen.

Pengujian ini dilakukan untuk membandingkan nilai F-hitung dengan F-tabel jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel independen. Dan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya Variabel independen secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel dependen.

Menurut Sugiono (2017,h:192), Nilai F-hitung dapat diperoleh dengan rumus :

$$F\text{-hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Dimana:

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah Variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

3. Uji Koefisien Determinan

Menurut Rusiadi, Subiantoro dan Hidayat (2016,h:235), Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin besar R^2 (mendekati 1), semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

$$D = (r_{xy})^2 \times 100\%$$

Keterangan :

D = koefisien determinasi

$(r_{xy})^2$ = koefisien *pearson product moment* antara x dan y