

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode statistik deskriptif dan bersifat kuantitatif. Metode Penelitian Kuantitatif dapat dimaknai sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk mengkaji hal tertentu seperti Populasi atau sampel, Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, Analisis data statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan serta melakukan uji hipotesis yang sudah ditentukan. (Nugraha, 2022)

Penelitian ini menggunakan 3 Variabel yaitu Kepuasan Pelanggan, Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan. Pada penelitian ini terdapat dua macam Variabel yaitu Variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kepuasan Pelanggan, dan Keputusan Pembelian. sedangkan Variabel dependen penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan.

3.2 Objek Penelitian

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan, Keputusan pembelian dan Loyalitas Pelanggan pada Kopi Tuku Tangerang Selatan, Data didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang pernah membeli produk Kopi Tuku. Toko Kopi Tuku adalah salah satu kedai kopi yang populer di Indonesia, khususnya di Jakarta. Dikenal karena menawarkan berbagai jenis kopi dengan kualitas tinggi, Tuku juga memiliki menu makanan ringan yang menarik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019), Populasi adalah seluruh objek yang menjadi sasaran penelitian yang memiliki sifat yang sama. Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang diambil untuk dijadikan objek pengamatan dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Sampel yang baik adalah sampel yang dapat mewakili populasi, artinya sampel harus memiliki sifat-sifat, karakteristik, dan ciri-ciri yang dimiliki oleh populasi, sehingga

dapat mewakili populasi (representatif). Populasi penelitian ini adalah Konsumen yang berada di wilayah tangerang selatan dan pernah berbelanja di Kopi Tuku minimal 2 kali.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019), Sampel stratifikasi (*Teknik Purposive Sampling*) dikenal juga sebagai stratifikasi sampel, anggota populasi dikelompokkan dalam kelompok tingkatan tertentu, seperti tingkat tinggi, sedang, dan rendah. Teknik pengambilan sampel ini digunakan untuk menghasilkan sampel penelitian. Metode ini dapat digunakan dalam situasi di mana populasi memiliki anggota atau karakteristik yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Jumlah anggota populasi untuk setiap strata pendidikan tidak sama atau bervariasi. Definisi sampel Teknik *non probability* merupakan metode dimana tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk berpartisipasi dalam penelitian tidak seperti pengambilan sampel probabilitas, sedangkan teknik *purposive sampling* hanya memiliki jumlah populasi lebih dari satu anggota populasi dan terikat variabel loyalitas pelanggan menjadi penentuan hasil populasi yang berulang kali membeli atau belanja dikopi tuku dengan berdasarkan hasil survey dilapangan dengan menunjukkan bahwa loyalitas konsumen tersebut puas atau tidaknya.

Menurut Hair *et al* (2021) Jumlah sampel harus setidaknya 5 (lima) kali jumlah indikator dalam penelitian, dan ukuran sampel yang sesuai harus lebih dari 100. Oleh karena itu, jumlah indikator dalam penelitian ini adalah $28 \times 6 = 168$, sehingga peneliti mengumpulkan 168 responden. Konsumen Kopi Tuku di Tangerang Selatan yang memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsumen yang berdomisili Tangerang Selatan.
2. Konsumen pernah membeli Kopi Tuku minimal 2 (dua) kali.

Untuk penelitian ini, rumus populasi yang tidak diketahui harus digunakan untuk digunakan menentukan jumlah sampel karena ada populasi yang tidak dapat diketahui dengan pasti. Akibatnya, kesimpulan yang dibuat peneliti dari sampel yang tidak representatif hanya dapat berlaku bagi sampel itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti perlu memiliki dasar pemikiran yang tepat dalam penentuan sampel menurut Sugiyono (2019).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Creswel (2020), Untuk memperluas penelitian ke populasi target, peneliti ingin meneliti sub kelompok dari populasi target. Karena populasi yang besar dan sensitif, sulit untuk mendapatkan ukuran yang tepat untuk metode. Oleh karena itu, teknik sampel diperlukan dalam penelitian ini. Teknik Pengumpulan Data.

Menurut Hikmawati (2020), Data penelitian dikumpulkan melalui berbagai metode, seperti observasi, wawancara, kuesioner/angket, dokumentasi, trigulasi/gabungan, dan sebagainya. Untuk mengumpulkan data, penulis menggunakan metode kuesioner/angket untuk mengajukan beberapa pertanyaan melalui *platform Google*. Studi mendeskripsikan jawaban responden dalam lima kategori berdasarkan Skala Likert. Masing-masing memiliki skala sikap dengan skor tertinggi dan terendah, dengan skor tertinggi 5 dan terendah 1.

Tabel 3.1. *Scoring pada Skala Likert*

No.	Opsi Jawaban	Singkatan	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2019)

3.5 Definisi Operasional

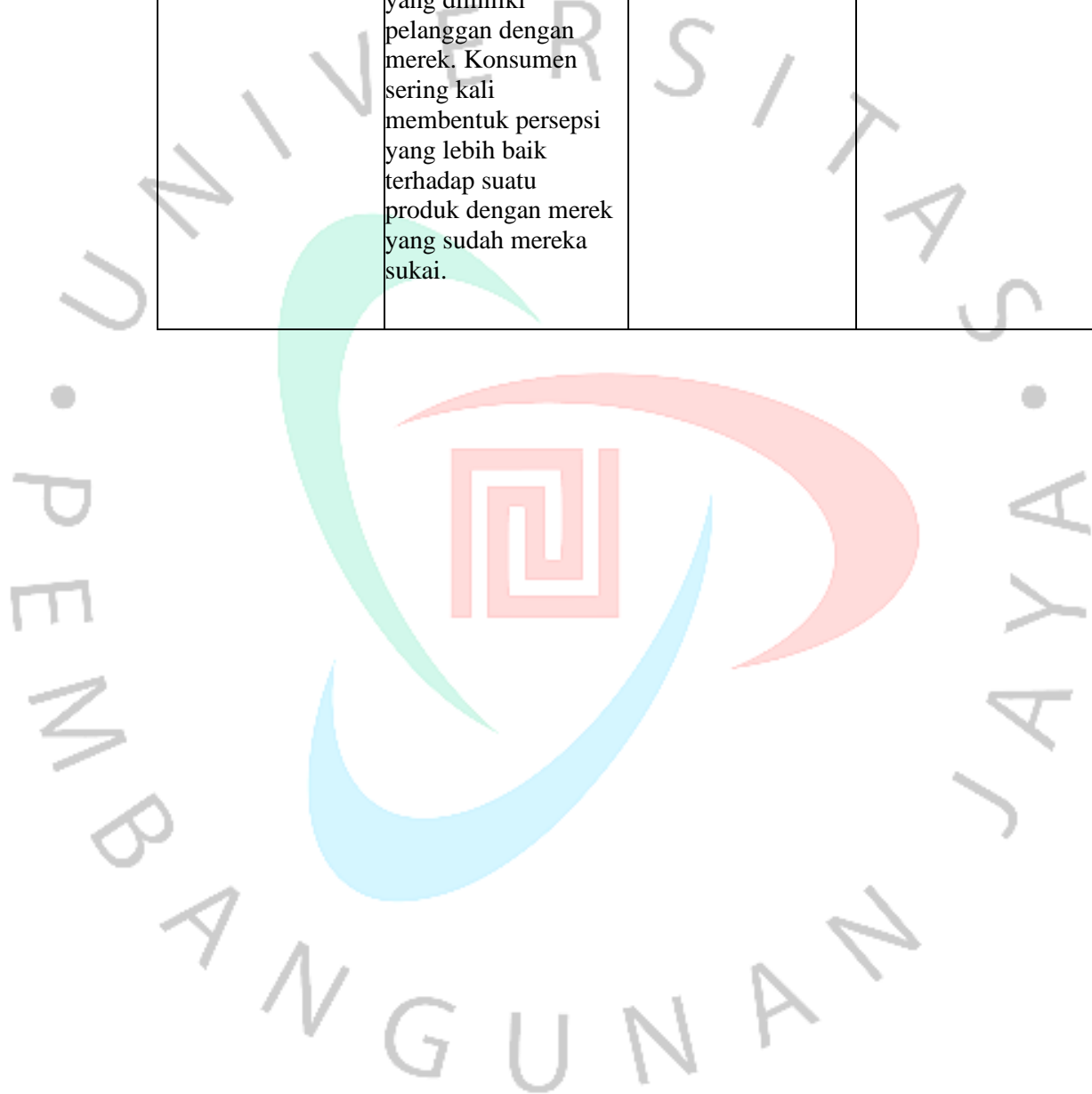
Definisi Operasional Variabel adalah suatu aspek yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti menspesifikasi untuk membenarkan tindakan yang diperlukan untuk mengukurnya. Menurut Sugiyono (2019) mengatakan bahwa peneliti mengadaptasi indikator dari variabel kepuasan pelanggan, dan keputusan pembelian terhadap loyalitas pelanggan dari definisi diatas, Dari penelitian terdahulu yaitu, sebagai berikut.

Tabel 3.2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas Pelanggan adalah dorongan perilaku untuk melakukan	Melakukan pembelian ulang secara teratur	adanya pembelian ulang secara teratur

(Siswati et al, 2024)	pembelian secara berulang ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk/jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian berulang ulang tersebut.	Membeli di luar lini produk atau jasa (Pembelian antar lini produk	Pembelian kuantitas lebih banyak
		Merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain	Adanya frekuensi kunjungan yang lebih sering.
		Menunjukkan kekebalan daya tarik produk sejenis.	Mempertimbangkan Tawaran terhadap produk/jasa perusahaan lain.
Kepuasan Pelanggan (X1) Kotler dan Keller, 2022)	Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dari membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dari suatu produk atau layanan dengan harapan. Jika kinerja atau pengalaman tidak memenuhi harapan, pelanggan tidak puas. Jika sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Jika melebihi harapan, pelanggan	Tetap loyal.	Keputusan pembelian.
		Membeli produk perusahaan.	Kesediaan membeli kembali.
		Merekomendasikan produk.	Word of mouth (mulut ke mulut)

	<p>sangat puas atau gembira. Penilaian pelanggan terhadap kinerja produk atau layanan bergantung pada banyak faktor, termasuk jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan merek. Konsumen sering kali membentuk persepsi yang lebih baik terhadap suatu produk dengan merek yang sudah mereka sukai.</p>	<p>Mengabaikan merek pesaing.</p>	<p>Reputasi merek.</p>
--	--	-----------------------------------	------------------------



<p>Keputusan Pembelian (X2)</p>	<p>Keputusan Pembelian melibatkan serangkaian pilihan yang dibuat oleh konsumen sebelum melaksanakan pembelian. Proses ini dimulai setelah konsumen memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Konsumen harus mengambil keputusan terkait tempat pembelian, merek yang diinginkan, model produk, jumlah pembelian, waktu transaksi, jumlah uang yang akan dikeluarkan, serta metode pembayaran. Pemasar memiliki peran dalam mempengaruhi keputusan ini dengan menyediakan informasi yang relevan tentang produk atau layanan mereka, yang dapat membimbing proses penilaian konsumen.</p>	<p>Pilihan produk</p>	<p>Harga Kualitas Keunggulan Variasi produk Desain produk Citra merek Tetap setia</p>
---------------------------------	---	-----------------------	---

		Pemilihan merek	Keputusan pembelian Pemilihan merek Ketersediaan produk
		Pilihan penyalur	Tempat Harga terjangkau Diskon Pengalaman berbelanja.
		Waktu pembelian	Kebutuhan Penggunaan.
		Jumlah pembelian.	Jumlah pembelian Harganya mahal.
		Metode Pembayaran.	Metode pembayaran

Sumber: Data Pribadi (2024)

3.6 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan metode analisis dalam penelitian ini untuk menjelaskan metode dalam mengambil kesimpulan dari temuan mereka. Mereka mengolah dan menganalisis data menggunakan program SPSS 25, yang dirancang untuk membantu pengolahan data penelitian secara otomatis

3.7 Uji Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2019), statistik deskriptif dalam penelitian pada dasarnya bertujuan untuk memberikan deskripsi atau gambaran tentang subjek penelitian melalui data sampel atau populasi. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi data melalui rata-rata (mean), standard deviasi, varian, maksimum, dan minimum. Selain itu, statistik deskriptif adalah proses mengubah data penelitian menjadi tabulasi sehingga lebih mudah

dipahami dan diinterpretasikan.

3.8 Uji Instrumen Data (Kualitas Data)

Mutu dari hasil penelitian dapat ditentukan oleh kebenaran dari data yang diperoleh. Untuk menguji kualitas data digunakan dua pengujian sebagai berikut:

3.9 Uji Validitas

Valid diartikan bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apakah yang seharusnya diukur menurut Sugiyono (2019), Mengukur instrumen valid atau tidaknya menjadi alat ukur agar instrumen tersebut dapat digunakan untuk melakukan penelitian. Jika hasil penelitian dihasilkan dengan menggunakan alat pencarian data yang valid dan reliabel, maka hasil penelitian juga akan valid dan reliabel.

Pengujian dilakukan pada setiap item pernyataan yang ada untuk menemukan nilai validitas. Syarat keputusan instrumen dianggap valid atau tidak. Menurut Sugiyono (2021) yaitu membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} dengan ketentuan:

- a. Jika nilai korelasi (r) yang dihitung lebih besar daripada nilai korelasi tabel (r_{tabel}), maka instrumen penelitian dianggap valid.
- b. Sebaliknya, jika nilai korelasi yang dihitung lebih kecil daripada nilai korelasi tabel, maka instrumen penelitian dianggap tidak valid.

3.10 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan langkah kritis dalam penelitian yang bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana data yang dihasilkan oleh suatu instrumen dapat diandalkan dan konsisten. Proses uji ini melibatkan perbandingan antara nilai *Cronbach's alpha*, yang sering digunakan sebagai indikator reliabilitas, dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan. Tingkat signifikansi ini dapat disesuaikan sesuai kebutuhan penelitian, biasanya dalam rentang 0,5 hingga 0,7. Kriteria pengujian diterapkan sebagai panduan, di mana jika nilai *Cronbach's Alpha* melebihi tingkat signifikansi, instrumen dianggap memiliki reliabilitas yang baik. Sebaliknya, Alat dianggap tidak kredibel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih rendah dari tingkat signifikansi yang ditetapkan. (Ghozali,2019).

3.11 Uji Asumsi Klasik

3.11.1 Uji Normalitas

Menurut Sugiono (2019) Uji normalitas menentukan apakah data mengikuti distribusi normal. atau tidak. Hasil yang diinginkan adalah nilai yang mendekati nol atau menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Pengujian normalitas menggunakan metode statistik dapat dijalankan melalui uji *Kolmogorov-Smirnov*. Kriteria yang digunakan adalah jika nilai signifikansi atau probabilitas dari uji ini lebih besar dari 0,05, maka dapat dianggap bahwa Data memiliki distribusi normal. Namun, jika nilai signifikansi atau probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka data tidak memiliki distribusi normal.

3.11.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Setiawan (2019) Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel dalam regresi. Gejala multikolinearitas ditentukan oleh nilai *variance inflation factor (VIF)* dan toleransi. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan toleransi lebih dari 0,1, maka regresi bebas multikolinearitas ditunjukkan.

3.11.3 Uji Heteroskedasitas

Menurut Ghozali (2019), Tujuan dari uji heteroskedasitas adalah untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan dalam model regresi jika perbedaan antara residual satu satu pengamatan dan pengamatan lain tetap. Jika ada ketidaksamaan, uji ini disebut heteroskedasitas. Jika ada homoskedasitas atau tidak ada heteroskedasitas, itu adalah model regresi yang baik. Karena data *crosssection* menghimpun data dari berbagai ukuran, yaitu kecil, sedang, dan besar, kebanyakan data mengandung situasi heteroskedasitas.

3.11.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menentukan ada tidaknya pengaruh antara kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian terhadap loyalitas pelanggan, analisis regresi berganda digunakan. Selain itu, analisis ini juga meramalkan bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen terjadi dalam kasus di mana dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor memperoleh nilai yang lebih rendah. Menurut Sugiono (2019) untuk menguji variabel

tersebut maka digunakan persamaan estimasi regresi linear berganda dengan rumus sebagai berikut:

Rumus digunakan: $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$

Keterangan:

y = Loyalitas Pelanggan.

a = Konstanta

X_1 = Kepuasan Pelanggan

X_2 = Keputusan Pembelian

β_1, β_2 = Nilai Koefisien Setiap Variabel Independen.

3.12 Uji Hipotesis

3.12.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2019), Koefisien determinasi menunjukkan seberapa baik model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu, dan nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen tidak dapat menjelaskan variasi variabel dependen.

3.12.2 Uji F (Anova)

Menurut Ghozali, (2019) Uji F menentukan apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama atau bersama-sama. Jika tingkat signifikansi penelitian kurang dari 0,05, uji statistik F dilakukan dengan tingkat kepercayaan atau tingkat signifikansi sebesar 0,05. Jika regresi secara statistik tidak sama dengan nol, maka tidak ada bukti yang menunjukkan bahwa variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

- a. Bila nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, dan $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Bila nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, dan $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.12.3 Uji t (Coefficient)

Menurut Ghozali (2022), uji hipotesis adalah pengujian yang bertujuan untuk menguji apakah data dari sampel yang ada sudah cukup kuat untuk menggambarkan populasinya Uji hipotesis berguna untuk memeriksa atau menguji apakah koefisien regresi yang didapatkan signifikan (berbeda nyata). Dalam hal dimaksud signifikan ini adalah suatu nilai koefisien regresi yang secara statistik tidak sama dengan nol, berarti dapat dikatakan bahwa tidak cukup bukti untuk menyatakan variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen, pertama dilakukan uji koefisien determinasi (R^2) dan tahap kedua dilakukan uji F kemudian dilakukan uji secara parsial untuk melihat bermakna masing-masing variabel independen dalam model regresi yang diperoleh menggunakan uji t. pengujian ini menentukan apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan dan apakah keputusan pembelian berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan hal ini dikaitkan dengan beberapa variabel untuk menentukan variabel penelitian tersebut.

Uji statistik t adalah untuk menguji keberhasilan koefisien regresi secara parsial. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). pada uji-t ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kepuasan Pelanggan, dan Keputusan pembelian terhadap Loyalitas Pelanggan dengan melihat nilai-nilai t masing-masing variabel. Dengan hasil nilai t tersebut maka dapat diketahui variabel bebas mana yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini uji-t dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 25.