

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif ialah dasar yang kuat untuk memahami fenomena secara mendalam melalui data yang dapat diukur dengan angka. Pendekatan ini memungkinkan kita mengubah situasi yang kompleks di dunia nyata menjadi informasi numerik yang bisa dianalisis, sehingga membantu dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan menemukan solusi atas berbagai masalah (Sugiyono, 2019).

Dalam konteks penelitian ini, metode kuantitatif memungkinkan peneliti untuk mengkaji secara sistematis dampak kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan. Melalui pendekatan ini, data yang terkumpul dapat dianalisis secara statistik untuk mengungkap hubungan antar variabel, mengidentifikasi pola-pola perilaku konsumen, serta menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasi sebagai dasar pengambilan keputusan dan pengembangan strategi pemasaran.

3.2 Objek Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif sebagai dasar yang kuat untuk memahami fenomena secara mendalam melalui pengukuran yang berbentuk angka. Pendekatan kuantitatif memungkinkan kompleksitas dunia nyata diubah menjadi data numerik yang dapat dianalisis, sehingga memberikan peluang besar dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan penyelesaian masalah (Sugiyono, 2019).

Penelitian kuantitatif memberikan landasan yang kuat untuk memahami fenomena konsumen yang dapat diukur secara statistik, seperti loyalitas pelanggan terhadap Domino's Pizza. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengkaji secara mendalam bagaimana kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan keragaman produk yang ditawarkan oleh Domino's Pizza memengaruhi tingkat loyalitas konsumennya. Data yang diperoleh dari responden kemudian

dianalisis untuk mengidentifikasi pola, hubungan antar variabel, serta menyusun generalisasi yang berguna bagi pengambilan keputusan bisnis dan pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Berdasarkan Sugiyono (2019) Populasi merupakan cakupan Generalisasi ialah jenis penarikan kesimpulan yang mencakup objek atau subjek dengan fitur dan sifat khusus yang telah ditentukan oleh peneliti sebagai subjek penelitian mereka. Data dari objek ini dikumpulkan dan dianalisis sebelum peneliti sampai pada kesimpulan. Sesuai dengan tujuan dan ruang lingkup penelitian, subjek yang dipilih untuk penelitian ini memungkinkan generalisasi. populasi yang dimaksud yakni semua pelanggan yang pernah membeli atau mengonsumsi produk Domino's Pizza di wilayah Tangerang Selatan.

Populasi ini dipilih karena dianggap relevan dengan topik penelitian, yaitu untuk mengkaji dampak kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan keragaman produk kepada loyalitas pelanggan.

3.3.2 Sampel

Sampel ialah detail kecil dari populasi yang mempunyai kriteria yang serupa terhadap populasi tersebut dan diambil untuk dijadikan sumber data dalam penelitian. Artinya, sampel mewakili keseluruhan populasi agar hasil penelitian bisa digeneralisasi. Pada studi ini, sampel yang dipilih yakni pelanggan yang pernah membeli atau menerapkan produk Domino's Pizza di wilayah Tangerang Selatan. Metode *purposive sampling* pemilihan sampel yang tidak berdasarkan kemungkinan digunakan untuk melakukan pengambilan sampel. Kriteria penelitian untuk sampel yakni seperti berikut:

1. Berdomisili di Tangerang Selatan.
2. Pernah membeli atau mengonsumsi produk Domino's Pizza minimal satu kali.

Menurut Hair et al. (2022) Istilah populasi tidak diketahui merujuk pada kondisi di mana parameter atau karakteristik dari suatu populasi tidak dapat ditentukan secara langsung. Hal ini biasanya disebabkan oleh cakupan populasi yang sangat luas, jumlah yang tidak pasti, atau keterbatasan akses dalam mengidentifikasinya secara menyeluruh. Dalam konteks penelitian, situasi ini dikategorikan sebagai populasi dengan jumlah yang tidak diketahui karena tidak tersedia data pasti mengenai total keseluruhan anggotanya. Variabel ialah karakteristik, atribut, atau nilai yang beragam dari suatu objek, individu, atau fenomena yang menjadi fokus penelitian. Variasi ini dipilih oleh peneliti untuk diteliti, diukur, dan dianalisis, sehingga dapat digunakan untuk menarik kesimpulan yang didukung oleh data.

Menurut Hair et al. (2022) jumlah minimum sampel ditentukan berdasarkan perkalian antara total indikator penelitian dan angka antara 5 hingga 10. Pendekatan ini digunakan untuk memastikan bahwa jumlah sampel memenuhi syarat kelayakan analisis statistik dan mewakili populasi secara representatif. Dalam penelitian ini, peneliti mengukur 4 variabel menggunakan 23 indikator. Untuk menentukan ukuran sampel yang memadai, digunakan pendekatan konservatif dengan menetapkan minimal 100 responden. Selain itu, peneliti juga menghitung ukuran sampel berdasarkan perkalian 5 kali jumlah indikator yang digunakan. Perhitungan ini bertujuan untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian. Dengan perhitungan seperti berikut:

$$\begin{aligned} \text{Total Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 5 \\ &= 23 \times 5 = 115 \end{aligned}$$

Maka dari itu jumlah sampel minimal yang harus dipenuhi penulis adalah 115 responden. Namun, dalam pelaksanaan penelitian, responden yang berhasil dikumpulkan berjumlah 118 orang. Jumlah ini melebihi batas minimum yang disarankan, dan hal ini diperbolehkan serta dianggap lebih baik, karena semakin banyak jumlah responden, maka semakin baik untuk mengurangi error dan meningkatkan validitas hasil penelitian (Sugiyono, 2019).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pada kerangka penelitian kuantitatif ini, setiap variabel laten dioperasionalkan menggunakan Skala Likert digunakan untuk instrumen pengukuran. Merujuk pada Sugiyono (2019) skala Likert dipandang sebagai metode yang valid dan reliabel dalam mengkuantifikasi konstruksi sosial yang abstrak, seperti sikap, persepsi, dan opini. Fenomena sosial yang menjadi fokus investigasi peneliti ditransformasikan menjadi konstruk variabel penelitian, yang selanjutnya didekomposisi menjadi sejumlah indikator empiris. Indikator-indikator ini kemudian diukur melalui serangkaian pernyataan dalam Skala Likert, yang memungkinkan responden dalam menyatakan seberapa setuju mereka dengan seluruh pernyataan.

Menurut Pasaribu et al. (2021) Kuesioner merupakan instrumen yang terstruktur, diterapkan dalam mengambil data melalui serangkaian pertanyaan yang diajukan kepada responden. Metode ini umum dipakai dalam penelitian untuk mendapatkan informasi yang relevan. Kuesioner dapat diadministrasikan secara tertulis maupun melalui platform daring seperti Google Formulir, disesuaikan dengan preferensi dan kemudahan akses responden. Desain kuesioner yang baik memerlukan perumusan pertanyaan yang jelas, relevan dengan tujuan penelitian, serta mudah dipahami oleh responden, sehingga menghasilkan data yang akurat dan valid.

Pada studi ini, respons responden diterapkan skala Likert berfungsi menjadi alat ukur, dikelompokkan menjadi lima kategori. Skala Likert, sebagaimana dijelaskan oleh Aiman et al. (2022) Scoring pada Skala Likert, ialah alat yang kerap diterapkan dalam menilai pandangan, sikap, dan persepsi individu atau sekelompok orang terhadap isu sosial yang menjadi subjek

Tabel 3. 1 Scoring pada Skala Likert

Opsi Jawaban	Singkatan	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber: Sugiyono (2019)

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional memegang peranan krusial dalam metodologi penelitian sebagai pedoman yang mengarahkan proses pengumpulan data secara konsisten dan terstruktur. Definisi ini berfungsi sebagai acuan untuk memperjelas makna variabel penelitian, sehingga menghindari ambiguitas interpretasi. Selain itu, definisi operasional membantu peneliti dalam menentukan instrumen pengukuran yang paling sesuai untuk mengumpulkan data yang relevan dan akurat. Dengan demikian, penggunaan definisi operasional yang tepat berkontribusi pada peningkatan validitas dan reliabilitas penelitian (Pasaribu et al., 2021). Penelitian yang dilakukan memakai indikator dari variabel Kualitas Produk (X1), Kepuasan Pelanggan (X2), Keragaman produk (X3), dan Loyalitas Pelanggan (Y).

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan	Skala
Loyalitas Pelanggan	Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan untuk terus menggunakan	Kuantitas yang dibeli	“Saya membeli Domino's Pizza dalam jumlah yang lebih banyak dibanding produk	Likert

	produk atau jasa tertentu meski ada pengaruh dari pesaing.		serupa dari merek lain”	
		Frekuensi Pembelian	“Saya membeli Domino's Pizza secara rutin dalam jangka waktu tertentu.”	Likert
		Pembelian Ulang	“Saya berniat untuk membeli Domino's Pizza kembali di masa mendatang.”	Likert
		Perasaan tentang Merek	“Saya memiliki perasaan positif terhadap Domino's Pizza.”	Likert
		Niat Pembelian di Masa Depan	“Domino's Pizza akan tetap menjadi pilihan utama saya.”	Likert
Kualitas Produk	Kualitas produk ialah kapasitas produk untuk berfungsi dengan baik, termasuk ketahanan, keandalan, akurasi, kemudahan penggunaan,	Cita rasa	“Saya merasa puas dengan cita rasa Domino's Pizza.”	Likert
		Tekstur	“Saya merasa tekstur dari produk Domino's Pizza sesuai saat dikonsumsi.”	Likert
		Kesesuaian produk	“Produk Domino's Pizza cocok dengan selera saya.”	Likert

	dan perawatan sesuai kebutuhan pelanggan.	Masa simpan produk	“Produk Domino's Pizza tidak mudah basi dalam waktu singkat.”	Likert
		Kemasan yang melindungi produk dari kerusakan	“Kemasan produk Domino's Pizza cukup kuat untuk menjaga produk tetap utuh.”	Likert
		Ketersediaan	“Produk Domino's Pizza tersedia ketika saya ingin membeli”	Likert
		Variasi menu	“Menu yang ditawarkan Domino's Pizza memiliki variasi yang beragam.”	Likert
Kepuasan Pelanggan	Kepuasan pelanggan ialah emosi yang timbul sesudah membandingkan ekspektasi kinerja produk atau jasa. Jika kinerja sesuai atau melebihi harapan, pelanggan puas;	Kepuasan dengan kualitas produk	“Produk Domino's Pizza memiliki kualitas yang baik.”	Likert
		Responsivitas pelayanan	“Pelayanan yang diberikan oleh Domino's Pizza diberikan dengan tanggap.”	Likert
		keprofesionalan pelayanan	“Pelayanan yang diberikan oleh Domino's Pizza memiliki sikap yang profesional.”	Likert

	jika tidak, pelanggan merasa tidak puas.	kemudahan berinteraksi	“Saya merasa mudah untuk berinteraksi dengan pelayanan Domino's Pizza.”	Likert
		Persepsi harga yang wajar	“Harga produk Domino's Pizza saya anggap wajar sesuai dengan kualitas yang diberikan.”	Likert
		persepsi nilai	“Saya merasa mendapatkan nilai yang baik dari produk Domino's Pizza.”	Likert
		Kepuasan dengan komunikasi	“Saya merasa puas dengan cara penyedia produk berkomunikasi dengan saya.”	Likert
		Kenyamanan	“Fasilitas yang disediakan mendukung kenyamanan saya sebagai pelanggan.”	Likert
Keragaman Produk	Keragaman produk adalah berbagai variasi	Jumlah kategori menu	“Jumlah kategori produk Domino's Pizza	Likert

produk yang disediakan perusahaan, mencakup perbedaan dalam jenis, merek, ukuran, warna, bahan, kualitas, dan ketersediaan. Tujuannya adalah memberi konsumen pilihan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.		yang ditawarkan cukup beragam.”	
	Jumlah keseluruhan produk	“Produk yang ditawarkan Domino's Pizza cukup banyak, sehingga saya memiliki banyak opsi untuk dipilih.”	Likert
	Variasi rasa, ukuran, warna, model, atau fitur dalam satu kategori produk.	“Produk Domino's Pizza dalam beberapa kategori menawarkan variasi rasa, ukuran, warna, model, atau fitur yang cukup beragam.”	Likert
	Tingkat kesamaan bahan baku	“Produk Domino's Pizza menggunakan bahan baku yang konsisten dan seragam dalam setiap produksinya.”	Likert

3.6 Teknik Analisis Data

Pada studi kuantitatif yang dilakukan, analisis data dilakukan sebagai alat dalam menguji hipotesis dan menarik inferensi berdasarkan data empiris yang terkumpul. Proses pengolahan serta analisis data diimplementasikan dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS versi 25. Aplikasi ini dipilih karena kemampuannya dalam mengotomatisasi berbagai prosedur statistik, memfasilitasi pengelolaan data dalam skala besar, serta menghasilkan *output* analisis yang komprehensif dan mudah diinterpretasikan. Dengan demikian, penggunaan SPSS versi 25

memungkinkan peneliti untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam proses analisis data, serta menghasilkan temuan penelitian yang valid dan reliabel.

3.7 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam konteks penelitian ini merujuk pada metode sistematis untuk mengkarakterisasi secara komprehensif atribut atau properti dari variabel-variabel yang menjadi fokus kajian. Pendekatan kuantitatif dalam analisis deskriptif umumnya diaplikasikan untuk menyajikan serta meringkas data numerik melewati representasi visual seperti tabel dan grafik, serta perhitungan statistik deskriptif seperti mean, median, dan modus. Tujuan analisis ini untuk memberikan deskripsi akurat dan terperinci mengenai fenomena yang diteliti berdasarkan data empiris yang tersedia (Sihotang, 2023).

3.8 Uji validitas dan Realibilitas

3.8.1 Uji validitas

Ghozali (2021) mengungkapkan konteks penelitian yang dilakukan secara kuantitatif, uji validitas untuk mengevaluasi sejauh mana kuesioner secara akurat bisa merepresentasikan konstruk teoritis yang ingin diukur. Kuesioner dianggap valid apabila item-item pertanyaan secara komprehensif mencerminkan dimensi dan indikator dari variabel yang diteliti, sehingga data yang dikumpulkan relevan dan representatif. Validitas diukur melalui analisis hubungan antar skor setiap item dan skor total konstruk yang diukur, dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan yakni sejumlah 0,05. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada perbandingan antara koefisien korelasi hitung (r hitung) dengan nilai kritis koefisien korelasi tabel (r tabel), yang ditetapkan dari derajat kebebasan ($df = N - 2$) dengan tingkat signifikansi uji dua arah. Hipotesis nol (H_0) diterima jika r hitung $> r$ tabel, yang mengindikasikan item valid. Sebaliknya, H_0 ditolak jika r hitung $\leq r$ tabel, yang mengindikasikan item tidak valid dan perlu direvisi atau dieliminasi.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2021) Reliabilitas ialah teknik evaluasi instrumen kuesioner yang mengevaluasi konsistensi dan stabilitas jawaban responden terhadap indikator/konstruksi variabel studi. Uji reliabilitas dilakukan guna mengevaluasi Tingkat keterandalan data angket yang dikumpulkan Setelah tahap pengujian validitas selesai, tahap ini biasanya dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diolah memenuhi standar kelayakan. Cronbach's Alpha adalah alat populer untuk menilai reliabilitas; nilai yang melebihi 0,70 menunjukkan bahwa alat tersebut stabil dan dapat dipercaya.

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Normalitas

Merujuk pada penjabaran dari Ghozali (2021) Dalam analisis regresi, Untuk memastikan penarikan kesimpulan statistik yang tepat, asumsi normalitas residual adalah syarat penting. Apabila nilai signifikansi (Sig.) uji menunjukkan angka > taraf signifikansi (α) yang ditetapkan, yang biasanya sebesar 0,05, maka model regresi dianggap memenuhi kriteria normalitas. Studi ini menerapkan metode Kolmogorov-Smirnov (Uji K-S) dalam menguji normalitas. Pendekatan Monte Carlo memperkuat temuan ini. Tujuan dari uji ini yakni menentukan apakah residu dari model regresi terdistribusi secara normal. sesuai dengan rekomendasi dari (Andra & Adi, 2023). Kriteria pengambilan keputusan yakni seperti berikut:

1. Jika skor signifikansi tabel Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$ maka Data residual dinyatakan terdistribusi normal
2. Jika skor signifikansi tabel Kolmogorov-Smirnov $< 0,05$ Maka data residual dinyatakan tidak terdistribusi normal

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Ghozali (2021) Menerangkan konteks analisis regresi, uji multikolinearitas bertujuan mengevaluasi keberadaan korelasi linear

Hubungan yang berarti antar variabel bebas dapat dianalisis melalui uji multikolinearitas. Pada studi ini, penilaian terhadap multikolinearitas dilangsungkan melalui observasi skor toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai toleransi berfungsi sebagai batas penentu, di mana nilai toleransi yang melebihi 0,10 atau skor VIF < 10 menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas yang signifikan dalam model. Dengan mengikuti batasan ini, penelitian ini berusaha memastikan bahwa variabel independen tidak berkorelasi secara signifikan. Dengan demikian, hasil analisis regresi akan menjadi lebih valid dan dapat diandalkan.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji untuk memastikan jika varians dari residual ialah konstan, serta autokorelasi dilaksanakan untuk memeriksa apakah ada korelasi antar residual. Jika pada varians variabel pada model regresi menunjukkan ditemukan kesamaan menandakan adanya gejala heterogenitas. Uji Glejser dipakai untuk menguji di mana regresi dilaksanakan antara variabel independen serta absolut residual. Jika nilai signifikansi diatas 0,05, hasil tersebut menyimpulkan tidak ada heteroskedastisitas (Priyastama, 2020).

3.10 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda digunakan dalam mengevaluasi bagaimana kualitas produk, kualitas layanan, dan elemen harga memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Metode ini memungkinkan para peneliti untuk menilai secara bersamaan pengaruh beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Hal tersebut relevan terhadap apa yang dijabarkan oleh Ghazali (2021). Dengan demikian, variabel ini bisa dirumuskan seperti berikut:

$$\text{Rumus: } Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

Ket:

Y = Keputusan Pembelian

B₀ = konstanta

B₁ = Koefisien regresi Kualitas produk

B_2 = Koefisien regresi Kepuasan pelanggan

B_3 = koefisien regresi Keragaman Produk

X_1 = Variabel kualitas produk

X_2 = Variabel kepuasan pelanggan

X_3 = Variabel Keragaman Produk

e = *Error*

3.11 Uji Hipotesis

3.11.1 Koefisien Determinasi

Ghozali (2021) menjelaskan *Adjusted R Square*, atau koefisien determinasi digunakan melihat seberapa baik model regresi menjabarkan perubahan pada variabel dependen melalui memperhitungkan berapa banyak variabel bebas yang ada dalam model. nilai ini memperhitungkan tingkat kerumitan model dan jumlah variabel yang diterapkan, *Adjusted R Square* dianggap sebagai ukuran yang lebih akurat dan dapat diandalkan untuk menilai kualitas model regresi, terutama dalam kasus di mana ada banyak variabel bebas dalam analisis.

3.11.2 Uji F (Anova)

Merujuk pada penjabaran dari Ghozali (2021), *Goodness of Fit* pada model regresi dipakai dalam mengukur sejauh mana model regresi mampu menjelaskan atau mengestimasi nilai aktual dari variabel dependen secara tepat. Dalam analisis regresi linier berganda, sebuah uji statistik yang diterapkan dalam menilai kesesuaian model adalah uji F. Uji ini berfungsi untuk menguji apakah variabel independen secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji ini dilaksanakan melalui komparasi F hitung dan skor F kritis pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Adapun aturan pengambilan keputusan adalah: tolak hipotesis nol (H_0) jika skor signifikansi (p-value) $< 0,05$, dan terima H_0 jika p-value $\geq 0,05$.

Peneliti dapat memperoleh nilai F yang dihitung dari tabel ANOVA pada output IBM SPSS. Rumus derajat kebebasan digunakan untuk menentukan nilai F, di mana k menunjukkan hasil prediktor dan n menunjukkan ukuran dari sampel. Dalam penelitian ini, nilai F hitung ditetapkan sebesar 3,07, menurut (Riyanto & Hatmawan, 2020) dengan kriteria interpretasi sebagai berikut:

1. Model regresi valid secara statistik ketika F-statistik melebihi F hitung
2. Model regresi tidak valid secara statistik jika F-statistik lebih rendah dari F hitung

3.11.3 Uji t (Parsial)

Ghozali (2021), mengutarakan bahwa uji t merupakan instrumen statistik yang dirancang guna menelaah apakah seluruh variabel berpengaruh individual yang berarti terhadap variabel dependen. Analisis ini menempuh proses pengambilan keputusan yang terstruktur, dengan cara membandingkan nilai yang dihitung terhadap ambang batas yang telah ditetapkan. Secara khusus, apabila nilai t yang diperoleh melampaui nilai kritis dari t -tabel atau jika nilai p yang berkaitan lebih rendah daripada signifikansi yang dipilih ($\alpha = 0,05$), maka hipotesis nol (H_0) digugurkan. Kondisi tersebut mengindikasikan variabel independen memberikan dampak yang bermakna secara statistik terhadap variabel dependen. Namun, apabila skor $t < t$ -tabel atau nilai p melebihi 0,05, maka “ H_0 diterima, yang berarti tidak terdapat relasi yang signifikan.”

Dalam praktiknya, nilai t dihimpun secara langsung dari tabel koefisien pada keluaran IBM SPSS, sedangkan nilai kritis t didapat dari rumus t -tabel = $(\alpha/2; n-k)$, di mana n melambangkan ukuran sampel dan k merepresentasikan jumlah variabel prediktor. Pada studi ini, taraf signifikansi yang diterapkan ialah 5%, sehingga menghasilkan nilai kritis t hitung sebesar 1,981. Nilai ambang ini dijadikan dasar untuk menilai signifikansi statistik dari kontribusi masing-masing variabel bebas dalam model. Variabel independen berdampak secara signifikan terhadap variabel dependen secara parsial jika t hitung $> t$ tabel atau Signifikan < 0.05 .