

BAB III METODE DAN PENELITIAN

3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian

Obyek dari penelitian ini adalah *Bourjuis Cafe* yang terletak di Jalan Tembus Patebon, Kabupaten Kendal. *Café* yang berdiri pada bulan November tahun 2018 ini tidak hanya berjualan minuman olahan kopi, namun juga menawarkan beragam menu, mulai dari makanan besar, makanan ringan (*snack*), dan juga berbagai minuman.

3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampling

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2016). Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan atau konsumen di *Bourjuis Café*. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan di dalam penelitian (Sugiyono 2016)

Menurut (Sugiyono 2016) *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi sample. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Judgemental Sampling* atau *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan tertentu yang dipilih peneliti untuk dijadikan sample yaitu meliputi:

1. Membeli minimal satu produk makanan atau minuman dan dimakan atau diminum di *Bourjuis Café*.
2. Pernah mengunjungi *Bourjuis Café* minimal 2 kali

Penentuan jumlah sampel berdasarkan teori Roscoe dalam (Sekaran 2006) yaitu “untuk penelitian multivariate (termasuk analisis regresi

berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel penelitian”. Berdasarkan pada teori Roscoe di tersebut, maka peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 80 responden, karena didalam penelitian ini peneliti menggunakan 8 variabel.

3.3 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Menurut (Sekaran 2006) data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variable minat untuk tujuan spesifik studi, contohnya adalah: responden individu. Data primer dalam penelitian ini berupa persepsi konsumen mengenai bauran pemasaran (7p) dan loyalitas pelanggan di *Bourjouis Cafe*. Data akan dikumpulkan dengan metode pendekatan kuesioner dengan proses sebagai berikut:

- a. Kuesioner dibagikan kepada responden sebagai data primer penelitian ini, responden merupakan konsumen yang bertemu dengan peneliti ketika sedang mengunjungi *Bourjouis Cafe* dan memenuhi persyaratan responden yang telah ditentukan oleh peneliti.
- b. Responden mengisi kuesioner sesuai dengan petunjuk yang diberikan.
- c. Kuesioner yang telah diisi dikumpulkan kembali, digunakan sebagai acuan dasar untuk pengolahan data dan analisis selanjutnya.

3.4 Skala Pengukuran Data

Data yang dikumpulkan adalah data persepsional, maka perlu dikuantitatifkan agar data dapat diolah secara statistik. Untuk menguatitatifkan data tersebut maka menggunakan skala likert. “Skala Likert yang memiliki skor untuk setiap variabelnya yang didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju”(Sekaran 2006). Skala Likert menggunakan pengukuran rentang skala, dari skala 1 sampai skala 5, dengan susunan berikut:

1. Jawaban Sangat Setuju (SS) dengan skor 5
2. Jawaban Setuju (S) dengan skor 4
3. Jawaban Netral (N) dengan skor 3
4. Jawaban Tidak Setuju (TS) dengan skor 2
5. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum melakukan penelitian maka perlu dilakukan adanya uji kuesioner yang dilakukan kepada 30 responden untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut valid dan reliabel sebelum dilakukan analisis data secara menyeluruh.

Menurut (Ghozali 2016) uji validitas adalah suatu alat uji yang digunakan untuk menguji valid atau tidaknya suatu kuesioner. Jika kuesioner valid maka kuesioner tersebut dapat digunakan untuk mengukur sampel yang seharusnya diukur. Perhitungan valid atau tidaknya suatu pertanyaan dihitung dari perbandingan r tabel dan r hitung. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan alat bantu *SPSS for Windows* untuk menguji validitas instrumen.

Kuesioner dapat dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Kriteria penilaian validitas yaitu:

- a. Apabila r hitung $>$ r tabel maka item pertanyaan kuesioner dinyatakan valid.
- b. Apabila r hitung $<$ r tabel maka item pernyataan kuesioner dinyatakan tidak valid.

Berikut hasil uji validitas pada setiap variabel :

Tabel 3. 1
Uji Validitas Bauran Pemasaran

No	Indikator	Sig	Koefisien korelasi	R tabel	Keterangan
1	Pernyataan 1	.006	.488	.361	Valid
2	Pernyataan 2	.043	.372	.361	Valid
3	Pernyataan 3	.047	.365	.361	Valid
4	Pernyataan 4	.039	.379	.361	Valid
5	Pernyataan 5	.030	.396	.361	Valid
6	Pernyataan 6	.049	.363	.361	Valid
7	Pernyataan 7	.000	.628	.361	Valid
8	Pernyataan 8	.001	.568	.361	Valid
9	Pernyataan 9	.034	.387	.361	Valid
10	Pernyataan 10	.000	.645	.361	Valid
11	Pernyataan 11	.038	.381	.361	Valid
12	Pernyataan 12	.024	.412	.361	Valid
13	Pernyataan 13	.023	.414	.361	Valid
14	Pernyataan 14	.036	.384	.361	Valid
15	Pernyataan 15	.000	.606	.361	Valid
16	Pernyataan 16	.003	.529	.361	Valid
17	Pernyataan 17	.000	.654	.361	Valid
18	Pernyataan 18	.001	.573	.361	Valid
19	Pernyataan 19	.000	.625	.361	Valid
20	Pernyataan 20	.000	.615	.361	Valid
21	Pernyataan 21	.006	.491	.361	Valid
22	Pernyataan 22	.017	.432	.361	Valid
23	Pernyataan 23	.001	.575	.361	Valid
24	Pernyataan 24	.008	.476	.361	Valid
25	Pernyataan 25	.029	.399	.361	Valid
26	Pernyataan 26	.002	.534	.361	Valid
27	Pernyataan 27	.000	.633	.361	Valid
28	Pernyataan 28	.032	.393	.361	Valid
29	Pernyataan 29	.050	.362	.361	Valid
30	Pernyataan 30	.004	.508	.361	Valid
31	Pernyataan 31	.004	.504	.361	Valid
32	Pernyataan 32	.011	.456	.361	Valid
33	Pernyataan 33	.017	.434	.361	Valid
34	Pernyataan 34	.003	.528	.361	Valid

35	Pernyataan 35	.012	.455	.361	Valid
36	Pernyataan 36	.000	.777	.361	Valid
37	Pernyataan 37	.003	.521	.361	Valid
38	Pernyataan 38	.015	.441	.361	Valid
39	Pernyataan 39	.002	.545	.361	Valid
40	Pernyataan 40	.020	.421	.361	Valid
41	Pernyataan 41	.028	.402	.361	Valid
42	Pernyataan 42	.004	.515	.361	Valid
43	Pernyataan 43	.046	.367	.361	Valid
44	Pernyataan 44	.022	.416	.361	Valid
45	Pernyataan 45	.002	.596	.361	Valid
46	Pernyataan 46	.000	.680	.361	Valid
47	Pernyataan 47	.004	.513	.361	Valid
48	Pernyataan 48	.005	.502	.361	Valid
49	Pernyataan 49	.037	.382	.361	Valid
50	Pernyataan 50	.005	.494	.361	Valid
51	Pernyataan 51	.007	.480	.361	Valid

Sumber: data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel hasil uji validitas item kuesioner pada variabel bauran pemasaran yang berjumlah $n=30$ dengan r tabel sebesar 0.349 menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran valid karena setiap item kuesioner memiliki r hitung lebih dari 0.349 dan tingkat signifikan di bawah 0.05.

Tabel 3. 2
Uji Validitas Loyalitas Pelanggan

No	Indikator	Sig	Koefisien korelasi	R tabel	Keterangan
1	Pernyataan 1	0	0.865	0.361	Valid
2	Pernyataan 2	0	0.640	0.361	Valid
3	Pernyataan 3	0	0.746	0.361	Valid
4	Pernyataan 4	0	0.760	0.361	Valid
5	Pernyataan 5	0	0.675	0.361	Valid

Sumber: data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel hasil uji validitas item kuesioner pada variabel loyalitas pelanggan yang berjumlah $n=30$, dengan rumus $df = (n-2)$ didapatkan r tabel

sebesar 0.361 menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran valid karena setiap item kuesioner memiliki r hitung lebih dari 0.361 dan tingkat signifikansi di bawah 0.05.

Menurut (Sugiyono 2016) uji reliabilitas merupakan suatu uji untuk menghasilkan instrumen yang dapat digunakan beberapa kali untuk pengukuran obyek yang sama, serta menghasilkan data yang sama. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* apabila jawaban responden konsisten dan stabil dari waktu ke waktu (Ghozali 2016). Cara mengukur reliabilitas dari kuesioner penelitian menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*, yaitu:

- a. Apabila hasil koefisien Alpha (α) > 0,70 maka kuesioner tersebut reliabel.
- b. Apabila hasil koefisien Alpha (α) < 0,70 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

Berikut hasil uji reliabilitas dari penelitian ini :

Tabel 3.3
Uji Reliabilitas Bauran Pemasaran & Loyalitas Pelanggan

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
1	bauran pemasaran (52 item)	0.763	Reliabel
2	loyalitas pelanggan (5 Item)	0.789	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2020

3.6 Alat Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sekaran 2006) analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan dan meringkas tanggapan pernyataan yang dipilih responden terkait variabel bauran pemasaran dan loyalitas pelanggan

Angka dari pernyataan yang dipilih oleh responden akan membuat rata-rata tanggapan dan membuatnya kategori sesuai dengan skala likert namun lebih disederhanakan agar lebih memudahkan untuk menginterpretasikannya. Penentuan rentang skala kategori tersebut adalah dengan cara:

$$\begin{aligned} \text{Rentang Skala} &= \frac{(\text{nilai terbesar} - \text{nilai terkecil})}{\text{kelas Interval}} \\ &= \frac{(5 - 1)}{3} = 1,33 \end{aligned}$$

- 1.00 - 2.33 = rendah
- 2.33 - 3.67 = sedang
- 3.67 - 5.00 = tinggi

3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda Spesifikasi Model

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengukur kekuatan keterkaitan antara variabel-variabel independen yang digunakan terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bauran pemasaran (7p) terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan yang membentuk rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_2 X_3 + \beta_2 X_4 + \beta_2 X_5 + \beta_2 X_6 + \beta_2 X_7 + e$$

α = konstanta

β = koefisien regresi

Y = loyalitas pelanggan

X1 = produk

X2 = harga

- X3 = tempat (saluran distribusi)
- X4 = promosi
- X5 = orang
- X6 = bukti fisik (*physical evidence*)
- X7 = proses
- e = eror

3.6 Uji Hipotesis

3.6.1 Pengujian Pengaruh Secara Parsial (T-Test)

Uji statistik pengaruh variabel secara parsial atau t-test pada dasarnya digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Apabila nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel maka hipotesis yang dibuat dapat diterima atau variabel independen secara individu memberikan pengaruh terhadap variabel dependen yang diuji, jika signifikansi dari variabel independen lebih kecil daripada 0,05 maka variabel tersebut memberikan pengaruh yang signifikan.

3.6.2 Pengujian Pengaruh Signifikansi Secara Stimultan (F-Test)

Uji pengaruh signifikansi secara stimultan atau F-Test digunakan untuk menguji variabel secara simultan untuk melihat pengaruhnya terhadap variabel dependen hal ini dapat dilihat pada tabel anova. Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka terdapat satu atau lebih variabel independen yang dapat mempengaruhi variabel dependen, dan juga F hitung $>$ dari F tabel hipotesis diterima karena memberikan sebuah pengaruh terhadap variabel dependen.

3.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali 2016) koefisien determinasi merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 sampai dengan 1. Nilai koefisien

determinasi yang mendekati 0 atau sama dengan 0 memiliki kemampuan variabel–variabel independen yang minim dalam menjelaskan variabel dependen. Hal ini juga terjadi sebaliknya dimana nilai koefisien semakin mendekati 1 atau sama dengan 1 yang menandakan bahwa variabel independen yang digunakan dapat menjelaskan dengan baik dan memberikan informasi yang tepat terhadap variabel dependen yang digunakan.

