

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Obyek Penelitian dan Lokasi Penelitian**

Objek pada penelitian ini adalah konsumen yang melakukan transaksi di Warung Anugrah. Lokasi pada penelitian ini berada di Warung Anugrah yang terletak di Jl. Kapas Raya F 674 A Genuk Indah, Semarang.

#### **3.2 Penelitian Tindakan**

Penelitian tindakan merupakan salah satu bentuk rancangan penelitian, dalam penelitian tindakan peneliti mendeskripsikan, menginterpretasi dan menjelaskan situasi social pada waktu yang bersamaan dengan melakukan perubahan atau intervensi dengan tujuan perbaikan atau partisipasi.

Tahapan penelitian tindakan.

1. Melakukan diagnosa : melakukan identifikasi terhadap adanya masalah-masalah pokok yang ada guna menjadi dasar kelompok atau organisasi sehingga terjadi perubahan, untuk melengkapi produk dan meningkatkan pelayanan di Warung anugrah peneliti mengidentifikasi respon dari pelanggan yang di lakukan cara yaitu : Menyusun kuesioner untuk diisi oleh para pelanggan warung anugrah terkait tentang kelengkapan produk dan pelayanan di Warung Anugrah

2. Membuat rencana tindakan: peneliti memahami pokok masalah yang ada kemudian dilanjutkan dengan Menyusun rencana tindakan yang tepat untuk menyelesaikan masalah tersebut. Pada tahap untuk melengkapi produk dan meningkatkan kualitas pelayanan di Warung Anugrah memasuki tahap untuk menyebarkan kuesioner ke 50 pelanggan di Warung Anugrah. Setelah menyebarkan kuesioner, peneliti menyusun rencana tindakan untuk apa yang akan dilakukan berdasarkan jawaban dari pelanggan yang mengisi kuesioner.

3. Melakukan tindakan : peneliti dan partisipan Bersama-sama mengimplementasikan rencana tindakan dengan harapan dapat menyelesaikan masalah. Selanjutnya setelah menyebarkan kuesioner kepada 50 pelanggan Warung Anugrah dan melakukan tindakan seperti kulakan produk tertentu seperti produk rokok yang kurang, atau makanan, kebutuhan dapur yang kurang lengkap, selain itu juga memperbaiki pelayanan kepada konsumen dengan lebih baik lagi dengan lebih ramah dan sopan, dilanjutkan dengan memvalidasi jawaban dari kuesioner tersebut dengan uji validitas dan realibilitas dengan tujuan apakah kuesioner yang sudah disusun itu valid dan layak untuk di lakukan penelitian selanjutnya.

4. Melakukan evaluasi : setelah masa implementasi dianggap cukup kemudian peneliti melaksanakan evaluasi hasil dari implementasi tadi, dalam tahap ini dilihat bagaimana tindakan atau respon konsumen

terhadap perubahan dari warung anugrah setelah melakukan perubahan ditandai dengan berbagai aktivitas seperti sering membeli di Warung Anugrah dan puas terhadap pelayanan Warung Anugrah. Perubahan tersebut sudah diuji coba dalam jangka waktu sekitar 2 minggu sejak pengisian dan pengumpulan kuesioner.

5. Pembelajaran : setelah melakukan evaluasi, maka dapat dilihat perubahan sifat pelanggan Warung Anugrah sejak pengisian dan pengumpulan kuesioner dalam jangka waktu kurang lebih 2 minggu. Perubahan yang dialami cukup banyak, seperti, mendapatkan pelanggan baru, pelanggan tetap yang dahulu hanya membeli produk tertentu, sekarang juga membeli produk yang lain yang dulu tidak dimiliki oleh Warung Anugrah

### **3.3 Kuesioner Diagnosa**

1. Apakah produk yang dijual Warung Anugrah lengkap sesuai dengan kebutuhan anda? Tolong beri tanda centang pada produk yang dirasa kurang lengkap tersebut sesuai dengan kategori produk tersebut dan sebutkan jenis produk nya.

aneka makanan ringan

aneka minuman dingin kemasan / sachet

kesehatan dan perawatan diri

makanan instan

kebutuhan bumbu dapur, bahan masakan, makanan instan

rokok

alat mandi, perawatan rambut dan perawatan tubuh

obat – obat an

pembersih lantai/ piring/ baju

kebutuhan kantor (alat tulis)

2. Berikut merupakan beberapa layanan yang diberikan warung anugrah. Beri tanda centang terhadap layanan yang menurut anda kurang baik

Tempat parkir

Keramahan penjual saat melayani kustomer

Pakaian yang digunakan sopan

Penataan Warung

Lokasi Warung

Kebersihan Warung

### **3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari : objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya dibuat kesimpulan. (Sugiyono,2010) Dengan kata lain populasi adalah sekumpulan objek yang akan diteliti. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk di Warung Anugrah.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang mempunyai karakteristik yang serupa dengan populasi itu sendiri. (Sugiyono, 2010). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 50 responden yaitu konsumen yang pernah membeli produk di Warung Anugrah minimal sebanyak 3 kali.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kebetulan atau secara tidak sengaja, yaitu konsumen yang secara tidak sengaja/incidental bertemu dengan peneliti. (Sugiyono, 2010). Pertimbangan dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli produk di Warung Anugrah sebanyak minimal 3 kali.

### **3.5 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.5.1 Sumber Data**

Data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah data primer karena data yang didapatkan berasal langsung dari responden. Data primer dalam penelitian ini berupa :

1. Karakteristik responden yaitu nama, umur, jenis kelamin. dan pekerjaan
2. Tanggapan responden terhadap kelengkapan produk dan pelayanan di Warung Anugrah yang menimbulkan loyalitas pelanggan di Warung Anugrah.

### 3.5.2 Teknik dan Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan cara menggunakan kuesioner yang terdiri dari 31 pernyataan. Untuk kuesioner dapat dilihat pada lampiran di proposal skripsi ini.

Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2009:135). Data kualitatif yang diperoleh melalui kuesioner yang telah dikumpulkan kemudian diolah secara kuantitatif menggunakan skala likert.

Terdapat 2 (dua) kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini. Kuesioner pertama merupakan kuesioner yang digunakan untuk mendiagnosa kelengkapan produk dan pelayanan. Sedangkan kuesioner yang ke dua digunakan untuk mengukur variabel. Kuesioner disusun dengan menggunakan Skala Likert dengan 5 alternatif jawaban sebagai berikut

- |                             |     |
|-----------------------------|-----|
| - Sangat Setuju ( SS )      | = 5 |
| - Setuju (S)                | = 4 |
| - Netral (N)                | = 3 |
| - Tidak setuju ( TS )       | = 2 |
| - Sangat Tidak Setuju (STS) | = 1 |

Untuk melakukan analisis deskripsi pada variabel penelitian, maka dilakukan pembobotan dengan kriteria scring seberi berikut (Ferdinand, 2014)

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai terbesar} - \text{nilai terkecil}}{\text{Jumlah kelas}}$$

Nilai terbesar = 5

Nilai terkecil = 1

Jumlah kelas = 3

Berdasarkan dari hasil perhitungan di atas, maka bisa dikategorikan dari masing – masing variabel bobot nilai indeks adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Kategori Bobot Nilai Indeks Variabel Penelitian**

Rentang	Kategori
1-2,33	Rendah
2,34-3,67	Sedang
3,68-5	Tinggi

Sumber: data sekunder diolah

### 3.5.3 Validitas dan Realibilitas Instrumen

#### 3.5.3.1 Uji Validitas

Validitas adalah tingkat ketepatan atau keakuratan alat ukur yang digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2016:267). Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu (data-data pada variabel penelitian) yang akan dikuru oleh kuesioner tersebut secara tepat.

Penguji menggunakan taraf signifikansi 0,05 yang mengacu pada kriteria :

- Jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  (0,279) maka alat ukur dinyatakan tidak valid
- Jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  (0,279) maka alat ukur dinyatakan valid

Berikut merupakan tabel hasil uji validitas pelayanan, kelengkapan produk dan loyalitas pelanggan.

**Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Loyalitas Pelanggan**

Variabel Penelitian	Indikator Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	sig	Keterangan
Pelayanan	1	0,314	0,279	0,026	Valid
	2	0,487	0,279	0,000	Valid
	3	0,496	0,279	0,000	Valid
	4	0,577	0,279	0,000	Valid
	5	0,738	0,279	0,000	Valid
	6	0,505	0,279	0,000	Valid
	7	0,481	0,279	0,000	Valid
	8	0,552	0,279	0,000	Valid
	9	0,483	0,279	0,000	Valid
	10	0,283	0,279	0,047	Valid
	11	0,528	0,279	0,000	Valid
	12	0,486	0,279	0,000	Valid
	13	0,400	0,279	0,004	Valid
	14	0,552	0,279	0,000	Valid
	15	0,455	0,279	0,001	Valid

	16	0,386	0,279	0,006	Valid
	17	0,475	0,279	0,000	Valid
	18	0,357	0,279	0,011	Valid
	19	0,390	0,279	0,005	Valid
	20	0,651	0,279	0,000	Valid
	21	0,317	0,279	0,025	Valid
	22	0,604	0,279	0,000	Valid
	23	0,556	0,279	0,000	Valid
Kelengkapan Produk	24	0,628	0,279	0,000	Valid
	25	0,492	0,279	0,000	Valid
	26	0,471	0,279	0,001	Valid
	27	0,323	0,279	0,022	Valid
Loyalitas Pelanggan	28	0,631	0,279	0,000	Valid
	29	0,628	0,279	0,000	Valid
	30	0,502	0,279	0,000	Valid
	31	0,380	0,279	0,007	Valid

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

### 3.5.3.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan stabilitas dari hasil pengukuran dari waktu ke waktu. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu bila diukur beberapa kali dengan alat ukur yang sama (Ghozali (2013)).

Uji reliabilitas diolah melalui program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,60.

**Tabel 3.3 Hasil Uji Realibilitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Loyalitas Pelanggan**

<b>Reliability Statistics</b>				
	Cronbach's Alpha	N of Items		
	,893	31		

  

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	117,0200	143,163	,257	,893
X2	116,8600	138,858	,430	,890
X3	117,1200	139,006	,443	,890
X4	117,3400	137,086	,528	,888
X5	117,0000	134,000	,705	,884
X6	116,9000	138,418	,449	,890
X7	117,1200	138,598	,422	,890
X8	117,2200	138,298	,504	,889
X9	117,0600	138,833	,426	,890
X10	117,0000	143,510	,222	,894
X11	117,0200	138,142	,475	,889
X12	116,9800	139,775	,435	,890
X13	117,1800	140,722	,339	,892
X14	116,8400	139,239	,510	,889
X15	116,9800	140,877	,407	,890
X16	117,1400	140,776	,322	,892

X17	117,2400	140,513	,428	,890
X18	116,9400	143,813	,316	,892
X19	117,4400	140,496	,324	,892
X20	117,0800	135,830	,609	,886
X21	116,9200	142,728	,256	,893
X22	117,3200	135,977	,554	,887
X23	117,3400	137,821	,506	,888
X24	116,9800	136,755	,586	,887
X25	116,8800	139,904	,443	,890
X26	117,2200	140,379	,442	,890
X27	117,1800	142,028	,255	,894
X28	117,3000	136,786	,589	,887
X29	117,1600	137,158	,588	,887
X30	117,1000	138,990	,450	,890
X31	117,1200	141,944	,325	,892

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

### 3.5.4 Alat Analisis Data

#### 3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linear Berganda, karena variabel dependen atau variabel terikat dalam penelitian ini berjumlah satu sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini berjumlah dua (lebih dari satu). Maka persamaan dari analisis regresi linear berganda seperti berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

a = konstanta

b<sub>1</sub>,b<sub>2</sub> = koefisien regresi

X<sub>1</sub> = kelengkapan produk

X<sub>2</sub> = pelayanan

Y = loyalitas pelanggan  
E = *error*

### 3.5.5 Pengujian Hipotesis

#### 3.5.5.1 Uji Statistik t

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji statistik t. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan apakah terdapat pengaruh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Kriteria untuk penolakan dan penerimaan hipotesis adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  : variabel kelengkapan produk dan pelayanan secara individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan ( $H_a$  diterima)
- b. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  : variabel kelengkapan produk dan pelayanan secara individu tidak berpengaruh positif terhadap variabel loyalitas pelanggan ( $H_0$  diterima)

Arah hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1 *tailed* / pengujian hipotesis 1 arah yang merupakan pengujian terhadap suatu hipotesis yang sudah diketahui arahnya.

#### 3.5.5.2 Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel kelengkapan produk dan variabel pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Hipotesis nol ( $H_0$ ) variabel independen kelengkapan produk dan Pelayanan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan di Warung Anugrah
- Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) variabel independen kelengkapan produk dan Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan di Warung Anugrah.

Kriteria untuk pengambilan keputusan dengan melihat nilai signifikansi :

- Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  :  $H_a$  diterima, dan  $H_0$  ditolak
- Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  :  $H_a$  ditolak, dan  $H_0$  diterima

