KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah *coffeeshop* Janji Jiwa di Jakarta. Penelitian ini dilakukan melalui komunikasi dengan subjek penelitian yaitu para konsumen yang pernah mengunjungi dan melakukan pembelian produk Janji Jiwa dan menggunakan kuesioner sebagai instrumen dalam berkomunikasi.

B. Desain Penelitian

Menurut (Cooper & Schindler, 2017, p. 147), terdapat beberapa klasifikasi desain penelitian, antara lain:

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

   Penelitian ini termasuk dalam studi formal, karena penelitian ini diawali dengan hipotesis atau perkiraan penelitian dan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data. Tujuan dari studi formal adalah menguji hipotesis atau membuktikan perkiraan yang terdapat dalam hipotesis.

2. Metode Pengumpulan Data

   Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi komunikasi (*communication study*), karena data yang dikumpulkan merupakan hasil dari kuesioner yang dikirimkan melalui media elektronik atau cara lainnya.

3. Kontrol Peneliti Terhadap Variabel

Penelitian ini menggunakan desain setelah fakta (*ex-post facto*) karena peneliti tidak memiliki kendali atas variabel yang diteliti dan hanya melaporkan apa yang terjadi sesuai dengan data yang diperoleh.

4. Tujuan Studi

Penelitian ini termasuk ke dalam studi kausal eksplanatori (sebab-akibat) karena penelitian ini untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menguji pengaruh kualitas produk dan persepsi harga dengan loyalitas pelanggan.

5. Dimensi Waktu

Penelitian ini termasuk dalam studi *cross sectional*, karena hanya dilakukan sekali dalam satu periode waktu tertentu guna mengumpulkan jawaban dari pertanyaan penelitian.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini termasuk studi statistik yang tujuannya memperluas cakupan studi, bukan lebih mendalam. Penelitian ini diuji secara kuantitatif melalui pengujian statistik.

7. Lingkungan Penelitian

Lingkungan penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual atau kondisi lapangan. Penelitian ini menggunakan data aktual yang dikumpulkan dari subyek dan obyek yang berada pada lingkungan nyata.

C. Variabel Penelitian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Dalam penelitian ini digunakan variabel-variabel untuk menganalisis data. Variabel terdiri dari variabel terikat (dependent variable) dan variabel bebas (independent variable). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan. Sedangkan, variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk, dan persepsi harga.

1. **Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan faktor penting dalam persaingan antara para pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Tujuan utama dari kualitas produk adalah untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen.

2. **Persepsi Harga**

Persepsi harga merupakan "*the process by which consumers interpret price and attribute value to a good or service process*", yang memiliki arti yaitu suatu proses di mana konsumen menafsirkan nilai harga dan mengaitkan nilai tersebut dengan barang atau layanan yang diinginkan. Persepsi harga juga dapat diartikan sebagai kecenderungan konsumen untuk menggunakan informasi tentang harga sebagai faktor penilaian terhadap kualitas suatu produk.

3. **Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas pelanggan umumnya ditandai dengan kelanjutan pembelian pada merek yang mereka dukung, meskipun ada banyak merek pesaing yang menawarkan karakteristik produk yang dianggap lebih superior dari berbagai aspek dan atribut. Jika konsumen telah merasakan kepuasan terhadap produk atau layanan yang diberikan oleh merek tertentu, mereka cenderung tidak akan beralih ke produk lain, meskipun ada produk dengan kualitas yang lebih baik atau harga yang lebih murah.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 3.1

Tabel Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Produk Tonce & Rangga (2022, p. 24)	Kinerja	Likert
	Keindahan	Likert
	Kemudahan Perawatan dan Perbaikan	Likert
	Keunikan	Likert
	Reliabilitas	Likert
	Daya Tahan	Likert
	Kesesuaian dengan Spesifikasi	Likert
	Kualitas yang Dipersepsikan	Likert
Persepsi Harga Tonce & Rangga (2022, p. 20)	Keterjangkauan Harga	Likert
	Kesesuaian Harga dengan Mutu Produk	Likert
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Likert
	Daya Saing Harga	Likert
Loyalitas Pelanggan Adhitya Akbar (2019)	Pembelian Ulang yang Dilakukan Secara Teratur	Likert
	Membeli Produk dan Jasa Antar Lini	Likert
	Memiliki Kekebalan Terhadap Tarikan Pesaing dari Merek Lain	Likert
	Merekomendasikan Merek pada Orang Lain	Likert

D. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan adalah pengambilan sampel non probabilitas (*nonprobability sampling*). Pendekatan yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Responden yang dipilih adalah seluruh masyarakat Jakarta yang mengonsumsi Janji Jiwa. Ukuran sampel yang akan diteliti oleh peneliti adalah sebanyak 117 sampel.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode komunikasi dengan bantuan instrumen kuesioner. Didalam kuesioner akan disediakan 5 pilihan jawaban. Berikut adalah tabel pemilihan kuesioner-nya.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Tabel 3.2

Tabel Skor Kuesioner Penelitian

Ukuran Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

F. Pengolahan Data dan Analisis Data

Pengelolaan analisis data akan menggunakan SPSS 25 dengan menggunakan beberapa metode yang harus dilakukan. Metode yang diterapkan sebagai berikut:

1. Uji validitas

Setiap penelitian wajib melakukan uji validitas tujuannya adalah untuk mengukur valid atau tidaknya suatu indikator dalam kuesioner. Validitas merupakan ukuran yang menunjukan tingkatan kevalidan suatu instrumen. Tingkat kevalidan sebuah data dapat disimpulkan valid jika r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel. (Ghozali, 2021, p. 66)

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas data dikatakan reliabel jika nilai koefisien diatas (ri>0,70). Data reliabel didapat dari data yang sudah lulus uji validitas sehingga datanya bisa mendapatkan nilai reliabilitas yang tinggi. Maka dari itu penting untuk penelitian jika ingin mendapatkan hasil yang objektif. (Nunnaly, 1994) dalam (Ghozali, 2021, p. 61).

3. Statistik deskriptif

Menurut (Ghozali, 2021, p. 19), Statistik deskriptif adalah kegiatan mengumpulkan, mengatur, merangkum, dan menyajikan data dengan tujuan agar

data menjadi lebih signifikan, lebih mudah terbaca, dan lebih mudah dimengerti oleh pengguna data. Statistik deskriptif yang peneliti gunakan adalah

a. Rata Rata Hitung Mean

Rata-rata hitung adalah penjumlahan nilai-nilai pengamatan dalam suatu distribusi yang dibagi oleh jumlah pengamatan. Setelah mengetahui nilai rata rata dari data yang diolah bisa mencerminkan mayoritas jawaban yang dipilih oleh responden. Disini mulai ada gambaran umum apa yang mau dipilih oleh para responden. Berikut rumus rata rata hitung mean:

$$X = (\sum fi.xi) / n$$

Keterangan :

X = skor rata-rata

fi = frekuensi pemilihan nilai

xi = data

n = jumlah responden

b. Selang Kepercayaan 95%

Menurut (Yuvalianda, 2020), Interval kepercayaan adalah suatu teknik yang digunakan untuk perkiraan parameter populasi berdasarkan sampel dengan memanfaatkan pendekatan statistik tertentu, yang kemudian diwakili dalam suatu jangkauan yang ditentukan.

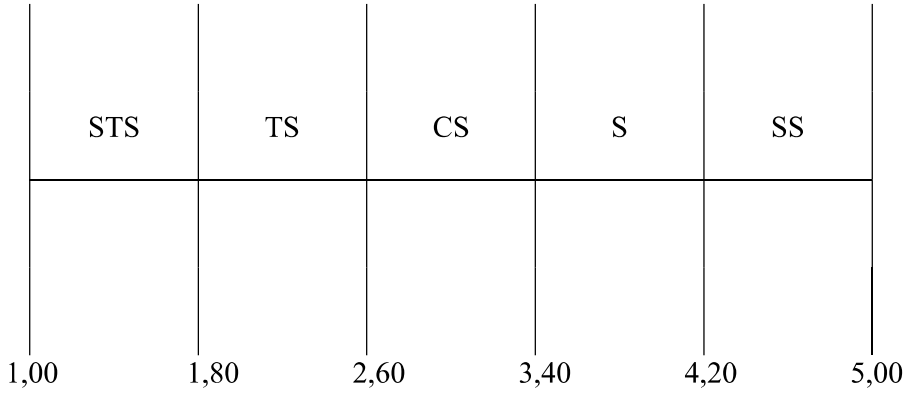
Tujuan dari menggunakan interval kepercayaan adalah untuk mengurangi batas kesalahan sampai sekecil mungkin. Semakin sempit jangkauan tersebut, semakin tepat angka statistik yang kita gunakan. Oleh karena itu, interval kepercayaan berfungsi sebagai cara untuk menjamin bahwa data statistik yang kita peroleh akurat dalam suatu kisaran nilai yang telah ditetapkan (sebagai batas kesalahan), dan mampu menggambarkan karakteristik populasi dengan cermat.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

c. Rentang Skala

Untuk menghitung skala penilaian, digunakan rentang skala yaitu sebagai berikut:



Keterangan

1.00-1.80 = Sangat Tidak Setuju

1.81-2.60= Tidak Setuju

2.61-3.40 = Cukup Setuju

3.41-4.20= Setuju

4.21-5.00= Sangat Setuju

Rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

Keterangan:

RS = rentang skala penilaian

m = skor tertinggi pada skala

n = skor terendah pada skala

b = jumlah kelas atau kategori yang dibuat

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap

variabel. Skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$RS = 5-1/5 = 0.8$$

4. Skala Likert

Skala yang dihitung dari 5 pilihan mulai sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju.

5. Analisis Linear Ganda

a. Uji Asumsi Klasik

(1) Uji Normalitas

Tujuan dari Uji Normalitas adalah untuk mengevaluasi apakah data yang diamati dalam penelitian memiliki distribusi yang mengikuti pola normal atau tidak. Ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam uji normalitas, seperti metode non-parametrik, parametrik, dan regresi berganda. Dalam penelitian dengan dua variabel seperti yang disebutkan dalam judul di atas, metode regresi berganda akan digunakan. Namun, sebelum melakukan analisis lebih lanjut, data harus memenuhi asumsi normalitas. Salah satu cara untuk menguji apakah data dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak adalah dengan menggunakan Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov. Keputusan dalam uji normalitas ini dapat diambil berdasarkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) yang diperoleh. (Ghozali, 2021, p. 196)

a) Jika nilai Sig >0,05 data berditribusi normal

b) Jika nilai Sig <0,05 data tidak berditribusi normal

(2) Uji Multikolinearitas

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Uji Multikolinearitas adalah suatu proses yang dilakukan untuk mengecek apakah terdapat interkorelasi atau kolinearitas antara variabel bebas (independent) dalam sebuah model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi yang signifikan di antara variabel independen. Untuk menguji adanya multikolinearitas, dapat dilakukan dengan memeriksa nilai tolerance atau VIF (Variance Inflation Factor) dari setiap variabel independen dalam model regresi.

Kriteria untuk menentukan keberadaan multikolinearitas adalah jika nilai tolerance < 0,1 atau nilai VIF > 10, maka terdapat indikasi bahwa ada masalah multikolinearitas pada model regresi. Untuk melakukan perhitungan multikolinearitas, dalam penelitian ini penulis menggunakan metode Glejser. Metode ini merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengatasi masalah multikolinearitas dalam model regresi. (Ghozali, 2021, p. 157)

a) Jika nilai tolerance >0,10 atau VIF <10, maka tidak terdapat multikolineritas
b) Jika nilai tolerance <0,10 atau VIF <10, maka terdapat multikolineritas.

(3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memeriksa apakah ada perbedaan dalam variasi residu antara pengamatan satu dengan yang lain dalam model regresi. Homoskedastisitas terjadi ketika variasi residu tetap atau sama di setiap pengamatan, sedangkan heteroskedastisitas memiliki kriteria uji heteroskedastisitas: (Ghozali, 2021, p. 178)

a) Jika sig > 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas
b) Jika sig < 0.05 maka terjadi heteroskedastisitas

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

b. Uji F

Uji F adalah metode statistik yang digunakan untuk mengevaluasi secara bersama-sama signifikansi variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat, serta untuk menentukan apakah model regresi yang digunakan layak atau tidak. Uji F memberikan informasi mengenai adanya hubungan signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat secara simultan dalam model regresi. (Ghozali, 2021, p. 148)

(1) Taraf signifikansi / Sig. F (α =0,05)

(2) Jika nilai Sig. F > 0.05 tidak tolak Ho maka secara stimulan variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

(3) Jika nilai Sig. F < 0.05 tolak Ho maka secara stimulan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji t

(Ghozali, 2021, p. 148) menjelaskan bahwa Uji T dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen dalam model regresi. Dalam uji T, kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen signifikan atau tidak adalah sebagai berikut:

(1) Taraf signifikansi / Sig. t (α =0.05)

(2) Jika nilai Sig. t < 0.05 tolak Ho maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

(3) Jika nilai Sig. t >0.05 tidak tolak Ho maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

d. Koefisien Determinasi

(Ghozali, 2021, p. 147), menjelaskan bahwa Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana model regresi dapat menjelaskan variasi dari variabel

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara nol dan satu. Semakin tinggi nilai R2, semakin baik model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R2 yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas, sedangkan nilai R2 yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen dapat memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen. Oleh karena itu, koefisien determinasi dapat digunakan sebagai indikator keakuratan model regresi dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Jika nilai koefisien determinasi (R2) yang dihasilkan dalam model regresi negatif, maka nilai tersebut akan dianggap sama dengan nol (0).

(1) $R^2 = 0$, artinya variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

(2) $R^2 = 1$, artinya variabel independen (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.