

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode eksploratif dengan pendekatan kuantitatif. Arikunto (2010:7) menjelaskan ”penelitian eskploratif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menggali secara luas tentang sebab-sebab atau hal-hal yang mempengaruhi terjadinya sesuatu”

Metode penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengetahui, menguji teori, dan analisa data dengan menggunakan statistik untuk menguji hipotesis. Dan ciri dari pendekatan penelitian kuantitatif ini adalah adanya variabel, operasional, realibilitas, hipotesis, validitas dan makna secara statistik (Sugiyono, 2012 : 23-24).

3.2 Sumber Data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Sumber data menurut cara memperolehnya, antara lain:

1. **Data Primer**

Data Primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. (Sujarweni, 2015:39). Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Pizza Hut Restoran di Bandar Lampung.

2. **Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, artikel, buku – buku sebagai teori dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data

sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data. (Sujarweni, 2015:39).

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2012:137) metode pengumpulan data adalah pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Dalam penelitian ini, metode yang dipergunakan adalah metode survey melalui angket, yaitu penelitian yang menggunakan metode pengumpulan data dengan cara membagikan kuesioner kepada responden yang memuat daftar pertanyaan tentang permasalahan yang sedang diteliti dan meminta kesediaan responden untuk menjawab daftar pertanyaan tersebut.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generaliasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiono, 2012:90). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah pelanggan Pizza Hut Restoran di Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel Penelitian

Penggunaan sampel dilakukan karena banyaknya jumlah populasi dan terbatas waktu dalam melakukan penelitian sehingga tidak memungkinkan untuk mengambil populasi secara keseluruhan. Menurut Sugiyono (2012:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Menurut Hair.et.al (2010) disarankan ukuran sampel yang sesuai berkisar antara 100-200 responden, sehingga pada penelitian ini penulis menetapkan sampel sebanyak 100 responden.

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2012: p120) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *non probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*. Sampel yang menggunakan *convenience sampling* ini informasi akan dikumpulkan dari anggota populasi yang dapat ditemui dengan mudah untuk memberikan informasi tersebut. Adapun kriteria dalam pemilihan sampel yaitu, pelanggan yang melakukan pembelian minimal dua kali dalam satu minggu.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas (*independent variable*), yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu: Kepuasan Pelanggan (X)
2. Variabel Moderating (M), yaitu variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah), pada penelitian ini adalah; Pemasaran Relasional
3. Variabel terikat (*dependent*), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel yang lain. Dalam penelitian ini variabel terikat yaitu : Loyalitas Pelanggan (Y)

3.6 Definisi Operasional Variabel

No	Aspek	Definisi
1	Kepuasan pelanggan	Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya, Tjiptono (2012).

2	Pemasaran relational	Menurut Bahwiyanti (2012), pemasaran relasional pemasaran yang menekankan pada usaha menarik dan mempertahankan pelanggan melalui peningkatan hubungan perusahaan dengan pelanggannya.
3	Loyalitas pelanggan	Tjiptono (2006) adalah situasi dimana konsumen bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten.

3.7 Uji Kualitas Instrumen

3.7.1 Uji Smart PLS

Partial Least Squares (PLS) merupakan pendekatan yang lebih tepat untuk tujuan prediksi. PLS pertama kali dikembangkan oleh Herman Wold, beliau adalah pegawai dari Karl Joreskog (yang mengembangkan AMOS). Model ini dikembangkan sebagai alternatif untuk situasi dimana teorinya lemah atau indikator yang tersedia tidak memenuhi model pengukuran refleksif.

PLS merupakan metode analisis yang *powerfull*, karena dapat diterapkan pada semua skala data, tidak membutuhkan banyak asumsi dan ukuran sampel tidak harus besar. PLS selain dapat digunakan sebagai konfirmasi teori juga dapat digunakan untuk merekomendasikan hubungan yang ada atau belum, dan juga mengusulkan proposal pengujian selanjutnya.