

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2020), Penelitian kuantitatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan sebab-akibat antara dua atau lebih variabel. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel yang diteliti yaitu kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di shopee di daerah Bandar Lampung. Dengan metode ini, penelitian dapat menguji hipotesis secara statistik dan mengukur seberapa besar pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian pengaruh persepsi harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh melalui metode penelitian berbasis survey dengan menggunakan kusioner sebagai sumber data.

3.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian yaitu data primer. Data primer merupakan data yang dibutuhkan oleh peneliti yang diperoleh langsung dari sumber utama secara langsung (Syahza, 2021). Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden, yaitu responden yang menggunakan marketplace Shopee yang memenuhi kriteria yang diperlukan yaitu telah melakukan pembelian ulang sebanyak 4 sampai 7 kali untuk dapat menanggapi pernyataan tertulis ini.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui metode survey dengan teknik menggunakan kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data di mana responden memberikan jawaban atas serangkaian pertanyaan yang telah disusun oleh peneliti. Kuesioner ini dapat disebarakan secara online maupun offline, tergantung pada target responden dan kemudahan akses. Menurut Sugiyono (2020), metode pengumpulan data dengan kuesioner memungkinkan peneliti mendapatkan informasi langsung dari responden secara sistematis dan terstruktur. Hal ini sangat efektif dalam penelitian kuantitatif karena memungkinkan analisis statistik yang lebih akurat. Selain itu, Sekaran & Bougie (2020) menjelaskan bahwa kuesioner adalah teknik yang paling sering digunakan dalam penelitian bisnis dan sosial karena dapat mengumpulkan data dalam jumlah besar dalam waktu yang relatif singkat.

Teknik ini juga memudahkan pengukuran variabel dengan skala tertentu, seperti skala Likert, yang digunakan untuk mengukur sikap dan persepsi responden. Dalam konteks penelitian ini, kuesioner dirancang untuk mengukur variabel seperti loyalitas pelanggan, kepuasan, persepsi harga, dan kualitas layanan. Pertanyaan yang disusun telah diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan benar-benar mencerminkan kondisi nyata di lapangan. Dengan pendekatan ini, data yang diperoleh dapat diolah dan dianalisis dengan metode statistik untuk menjawab pernyataan penelitian serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Adapun kriteria penilaian yang digunakan dalam skala *likert* pada penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Skala *Likert*

Kriteria Penilaian	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Cukup Setuju (CS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono (2020)

3.4. Populasi Dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut Hair et al. (2018), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu yang di terapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli di *e-commerce* shopee di Bandar Lampung.

3.4.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Pada penelitian ini sampel dipilih dari pelanggan yang memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan layanan tersebut, sehingga dapat memberikan jawaban yang relevan mengenai persepsi harga, citra merek dan kualitas pelayanan serta loyalitas pelanggan terhadap merek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2020) sampel adalah sebagian kecil dari populasi yang dapat menjadi representasi dari populasi itu sendiri. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability* sampling dengan

menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut.

Tabel 3. 2 Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria Pemilihan Sampel
1	Responden pernah melakukan pembelian produk secara berulang sebanyak 4 sampai 7 kali di <i>marketplace</i> Shopee.
2	Responden mengetahui berbagai macam jenis produk yang tersedia di <i>marketplace</i> Shopee.

Sampel dalam penelitian ini adalah responden pelanggan yang sering melakukan pembelian ulang di shopee yang telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Hair dalam Ridwan (2019) menyarankan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah item indikator dikalikan 5-10. Jumlah item indikator yang diteliti pada penelitian ini berjumlah 14 item indikator, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah Sampel} &= 16 \times (5-10) \\
 &= 16 \times 10 \\
 &= 160
 \end{aligned}$$

Dengan demikian sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 160 responden

3.5. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah elemen atau karakteristik yang diamati, diukur, atau dimanipulasi dalam sebuah penelitian untuk memahami hubungan atau pengaruh antar elemen tersebut. Variabel penelitian digunakan untuk membantu menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan penelitian. Variabel pada penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu independent dan dependen.

1. Variabel independent atau bebas, merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab perubahan pada variabel lain. Adapun variabel independen pada penelitian ini,

meliputi Persepsi Harga (X1), Citra Merek (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3). Menurut Sugiono (2017) variabel adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel dependen (terikat). dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah kualitas produk (X1) dan Kepercayaan Merk (X2)

2. Variabel dependen atau terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau berubah sebagai akibat dari variabel independent. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu Loyalitas Pelanggan (Y). Menurut Sugiono (2017) variabel dependent adalah variabel yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Loyalitas pelanggan (Y).

3.6. Definisi Operasional

Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau jasa tertentu secara konsisten, serta kecenderungan untuk merekomendasikannya kepada orang lain (Akbar et al., 2023).	Loyalitas pelanggan merepresentasikan keinginan konsumen untuk menjadikan suatu produk atau jasa sebagai pilihan utama.	1. <i>Repeat Purchase</i> 2. <i>Retention</i> 3. <i>Referrals</i> (Maharti & Fahrullah, 2021)	<i>interval</i>
Persepsi Harga (X ₁)	Persepsi harga mengacu pada proses di mana konsumen menafsirkan harga sebuah produk atau layanan dan menghubungkannya dengan nilai yang	Persepsi harga merepresentasikan tingkat kesesuaian antara nominal harga dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen pada	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga (Budiono, 2021)	<i>interval</i>

	dirasakan (Akbar et al., 2023).	suatu produk atau jasa.		
Citra Merek (X_2)	Citra merek adalah persepsi atau kesan yang terbentuk di benak konsumen mengenai identitas, reputasi, dan atribut suatu merek, yang memengaruhi tingkat kepercayaan dan keputusan pembelian konsumen (Akbar et al., 2023).	Citra merek merepresentasikan penilaian konsumen yang bersifat subjektif terhadap suatu produk atau jasa	1. Profesionalisme (kepercayaan) 2. Modern 3. Melayani semua segmen masyarakat 4. Kepedulian terhadap konsumen 5. Popularitas di kalangan konsumen (Purnomo, 2024)	<i>interval</i>
Kualitas Pelayanan (X_3)	Kualitas pelayanan adalah tingkat kesesuaian antara harapan konsumen terhadap layanan yang diberikan dan kenyataan yang diterima (Akbar et al., 2023).	Kualitas pelayanan merepresentasikan kemampuan penyedia produk atau jasa dalam memberikan pelayanan bagi konsumen	1. Keberwujudan 2. Keandalan 3. Daya tanggap 4. Jaminan 5. Empati (Afan Zaini, 2022)	<i>interval</i>

Sumber: Data diolah (2025)

3.7. Uji Persyaratan Instrumen Penelitian

Uji instrumental dalam penelitian ini menggunakan bantuan Software SPSS 26. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrument penelitian. Menurut Sugiyono (2020:156) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2021), uji validitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah instrumen tersebut benar-benar mengukur konsep atau variabel yang dimaksudkan dengan cara yang tepat dan akurat. Uji validitas pada penelitian dilakukan dengan pendekatan *pearson's product moment* dan diolah menggunakan *software IBM SPSS Statistict 26*. Butir yang dikatakan valid didasarkan pada perbandingan r hitung dengan r tabel. Adapun nilai r tabel pada penelitian ini yaitu 0,279 (pada taraf 5% dengan $n=50$). Sehingga pengambilan keputusan yang digunakan sebagai berikut:

1. Prosedur pengujian:

Ho: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara butir pertanyaan dengan total skor variable, sehingga instrument dianggap tidak valid.

Ha: terdapat hubungan yang signifikan antara butir pertanyaan dengan total skor variable, sehingga instrument dianggap valid.

2. Kriteria pengambilan keputusan:

Ho: Jika nilai $\text{sig} < \text{Alpha } 0,05$, instrumen dinyatakan valid.

Ha: Jika nilai $\text{sig} > \text{Alpha } 0,05$, instrumen dinyatakan tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2021), uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi seberapa stabil dan konsisten hasil yang diberikan oleh instrumen tersebut dari waktu ke waktu atau antara pengamat yang berbeda. Uji reliabilitas instrumen pada penelitian ini didasarkan pada nilai *Cronbach's Alpha* dan diolah menggunakan *software IBM SPSS Statistict 26*. Uji reliabilitas instrumen dilakukan setelah instrumen telah dinyatakan valid.

Pengujian reliabilitas kuesioner dilakukan menggunakan metode Alpha Cronbach. Dalam penelitian ini, pengolahan data untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan program SPSS versi 25, dan nilai r alpha dari indeks korelasi akan dianalisis. Prosedur Pengujian:

1. Jika probabilitas (sig) $<$ korelasi, maka instrumen dianggap reliabel.

2. Jika probabilitas (sig) $>$ korelasi, maka instrumen dianggap tidak reliabel.

Pengujian validitas instrumen dilakukan menggunakan program SPSS versi 26, menurut Ghozali (2021), reliabilitas suatu instrument dapat diuji dengan metode *Cronbach's Alpha*, yang mengukur konsistensi internal dari suatu kuesioner.

Tabel 3. 4 Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Ghozali 2021

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Menurut Ghozali (2021), uji normalitas data adalah teknik pengujian yang digunakan untuk menentukan apakah suatu sampel data berasal dari populasi yang memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov Test* taraf 5% yaitu dengan melakukan perbandingan antara distribusi data sampel dengan distribusi data teoritis yang diasumsikan. Pengujian Normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS 26 (Statistical Program and Service Solution). Adapun kriteria pengambilan keputusan pada *Kolmogorov-Smirnov Test*, sebagai berikut:

- a. Apabila signifikansi $\geq 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal
- b. Apabila signifikansi $< 0,05$ maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal

3.8.2 Uji Linieritas

Menurut Ghozali (2019:166), Uji linearitas adalah untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan salah satu benar. Jadi bagi peneliti yang mengerjakan penelitian yang berjudul “Korelasi antara”, “Hubungan antara” atau “Pengaruh antara”, uji linieritas ini harus kita lalui terlebih dahulu sebagai prasyarat uji hipotesis yang kita munculkan. Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS 26 (Statistical Program and Service Solution) dengan menggunakan deviation from linierity pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi lebih dari 0,05.

Prosedur pengujian :

- 1) H_0 : model regresi berbentuk linier
 H_a : model regresi tidak berbentuk linier

- 2) Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka Ho ditolak
 Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka Ho diterima

Menurut Ghozali (2020), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah metode regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan nilai Tolerance, jika nilai Tolerance > 0,10 sama dengan VIF < 10 berarti tidak terjadi multikolinearitas.

3.8.3 Uji Multikolinier

Menurut Ghozali (2021), Uji multikolinieritas adalah proses untuk mengidentifikasi dan mengukur tingkat multikolinieritas dalam sebuah model regresi. Multikolinieritas terjadi ketika ada korelasi yang tinggi antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Hal ini dapat menyebabkan masalah dalam interpretasi koefisien regresi dan membuat estimasi koefisien menjadi tidak stabil atau tidak dapat diandalkan. Pengujian Multikolinier ini dilakukan melalui program SPSS 26 (Statistical Program and Service Solution). Uji Multikolinieritas pada penelitian ini didasarkan pada nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). VIF mengukur seberapa banyak varians dari koefisien regresi diperbesar karena multikolinieritas, adapun pengambilan keputusan yang digunakan sebagai berikut:

- a. $VIF \leq 10$, maka dapat disimpulkan data tidak mengalami multikolinearitas.
- b. $VIF > 10$, maka dapat disimpulkan data mengalami multikolinearitas.

3.9 Metode Analisis Data

Data yang telah diperoleh selanjutnya dilakukan analisis data menggunakan *software* IBM SPSS 26 yang terdiri dari beberapa tahap pengujian yaitu:

3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2020), analisis regresi linier berganda merupakan analisis statistik yang bertujuan untuk menjelaskan seberapa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yaitu Persepsi Harga (X_1), Citra Merek (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

Rumus yang digunakan :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Loyalitas Pelanggan (Vaiabel dependen)

X1 : Persepsi Harga

X2 : Citra Merek

X3 : Kualitas Pelayanan

α : Konstanta regresi

β : Koefesien regresi yang menunjukkan pengaruh masing-masing variable independen terhadap variable dependen.

e : Error atau factor gangguan yang tidak dijelaskan dalam model

model ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana kepuasan pelanggan dan persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan secara simultan maupun parsial.

3.10 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2020), uji hipotesis adalah prosedur statistik yang digunakan untuk membuat keputusan tentang suatu pernyataan yang diasumsikan terkait dengan parameter populasi. Adapun uji hipotesis yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

3.10.1 Uji Parsial (Uji-t)

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terkaitnya.

1. Pengaruh Persepsi Harga (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Ho = Persepsi Harga tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

Ha = Persepsi Harga berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh Citra Merek (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Ho = Citra Merek tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

Ha = Citra Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

Prosedur pengujian: Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut :

- a. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak
 - b. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho diterima
 - c. Menentukan simpulan dari hasil uji hipotesis.
- ##### 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Loyalitas Pelayanan (Y)
- Ho = Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelayanan.
- Ha = Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut :

- a. Jika nilai sig < 0,05 maka H_0 ditolak
- b. Jika nilai sig < 0,05 maka H_0 diterima.

3.10.2 Uji F (Simultan)

Uji F simultan digunakan untuk menguji secara bersama-sama apakah sekurang-kurangnya satu variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji F simultan pada penelitian ini dapat didasarkan pada nilai signifikansi atau melalui perbandingan nilai F hitung dengan F tabel.

Berikut merupakan kriteria pengambilan keputusan uji F (Simultan):

- a. Jika nilai signifikansi < 0,05 atau nilai F hitung $\geq$ F tabel, maka variabel bebas secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel terikat atau H_a diterima
- b. Jika nilai signifikansi > 0,05 atau nilai F hitung < F tabel, maka variabel bebas secara bersamaan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat atau H_0 ditolak (Ghozali, 2021).

Uji F digunakan untuk menilai apakah variabel independen dalam penelitian ini, jika dianalisis secara bersamaan, memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel dependen. Dengan kata lain. Pengujian ini menentukan apakah model regresi yang digunakan cukup baik dalam menjelaskan hubungan variabel-variabel yang diteliti. Adapun hipotesis yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

- a. H_0 : Secara simultan, variabel independen tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen.
- b. H_1 : Secara simultan, variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.