

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2023) menyatakan bahwa “Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut (Sugiyono, 2023), menyatakan bahwa rumusan masalah asosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan untuk bentuk hubungannya digunakan hubungan kausal, yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat.

Peneliti memilih pendekatan kuantitatif karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur secara terukur dan objektif pengaruh kepuasan pengunjung (variabel bebas) terhadap loyalitas pengunjung (variabel terikat) di Pasar Modern Raya Lebak Budi. Peneliti menggunakan jenis penelitian asosiatif karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2023).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Peneliti melaksanakan penelitian ini di Pasar Modern Raya Lebak Budi, yang merupakan salah satu pusat perbelanjaan modern di wilayah penelitian, yaitu di Jalan Imam Bonjol, Pasir Gintung, Kecamatan Tanjung Karang Pusat, Kota

Bandar Lampung, Provinsi Lampung. Waktu penelitian di mulai dari Tanggal 21 April 2026 sampai dengan 24 Juni 2026

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang peneliti tetapkan untuk dipelajari dan kemudian peneliti tarik kesimpulannya (Sugiyono, 2023). Peneliti menetapkan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Pasar Modern Raya Lebak Budi. Karena populasi bersifat tidak terbatas (*infinite*) dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti, peneliti menggunakan rumus penentuan sampel untuk populasi tidak terbatas dalam menentukan jumlah sampel penelitian.

2. Sampel

Peneliti menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow, yang peneliti gunakan ketika jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times (1-P)}{d^2}$$

Keterangan: n = jumlah sampel; Z = nilai distribusi normal pada tingkat kepercayaan 95% (1,96); P = proporsi populasi (0,5); d = tingkat kesalahan yang peneliti tetapkan (0,1). Berdasarkan rumus tersebut, perhitungannya Adalah

sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times (1-0,5)}{(0,1)^2} = \frac{3,8416 \times 0,5 \times 0,5}{0,01} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan rumus tersebut, peneliti memperoleh jumlah sampel minimal sebesar 96 responden, yang kemudian peneliti bulatkan menjadi 100 responden agar data lebih representatif.

Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan responden penelitian. (Sugiyono, 2023), menjelaskan bahwa *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Peneliti menetapkan kriteria responden sebagai berikut:

- a. Responden merupakan pengunjung Pasar Modern Raya Lebak Budi Bandar Lampung yang berusia minimal 17 tahun.
- b. Responden pernah melakukan transaksi pembelian di Pasar Modern Raya Lebak Budi Bandar Lampung minimal dua kali.

D. Definisi Operasional

Peneliti menggunakan dua variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Peneliti menetapkan kepuasan pengunjung sebagai variabel bebas (X) dan loyalitas pengunjung sebagai variabel terikat (Y). Peneliti menyusun definisi operasional kedua variabel tersebut pada tabel berikut:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kepuasan Pengunjung (X)	Perasaan senang atau kecewa yang pengunjung rasakan	1. Kesesuaian harapan	Likert

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	setelah membandingkan harapan dengan kinerja pelayanan yang mereka terima (Kotler & Keller, 2016)	2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan (Kotler & Keller, 2016)	
Loyalitas Pengunjung (Y)	Komitmen pengunjung untuk terus menggunakan layanan secara konsisten meskipun pasar menawarkan banyak alternatif lain (Kotler & Keller, 2016)	1. <i>Repeat purchase</i> 2. <i>Word of mouth</i> 3. <i>Retention</i> 4. <i>Emotional attachment</i> (Kotler & Keller, 2016)	Likert

Sumber: Data diolah peneliti 2026

Peneliti mengukur setiap indikator menggunakan skala Likert dengan lima alternatif jawaban.

Tabel 3. 2 Tabel Instrumen Skala Likert

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Data diolah peneliti 2026

1. Variabel Eksogen (Independen)

Variabel eksogen atau variabel independen merupakan variabel yang sering disebut sebagai stimulus, predictor, atau antecedent, dan dalam bahasa Indonesia dikenal sebagai variabel bebas. Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel dependen, serta nilainya tidak dipengaruhi oleh variabel lain dalam model penelitian (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini, variabel independen adalah Kepuasan Konsumen.

2. Variabel Endogen (Dependen)

Variabel endogen atau variabel dependen merupakan variabel yang sering disebut sebagai output, criterion, atau consequent, dan dalam bahasa Indonesia dikenal sebagai variabel terikat. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya pengaruh variabel independen (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah Loyalitas (Y).

E. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Peneliti menggunakan dua jenis sumber data dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Peneliti memperoleh data primer secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada pengunjung Pasar Modern Raya Lebak Budi Bandar Lampung. Peneliti memperoleh data sekunder dari berbagai sumber pendukung, seperti buku, jurnal penelitian terdahulu, serta dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data menggunakan teknik berikut:

- a. Kuesioner, yaitu peneliti menyebarkan daftar pertanyaan tertutup berskala Likert kepada responden untuk mengukur variabel kepuasan pengunjung dan loyalitas pengunjung.
- b. Observasi, yaitu peneliti mengamati secara langsung kondisi pelayanan dan interaksi yang terjadi di Pasar Modern Raya Lebak Budi Bandar Lampung sebagai data pendukung.

- c. Dokumentasi, yaitu peneliti mengumpulkan data berupa foto lokasi penelitian dan dokumen lain yang relevan dengan penelitian.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2018), validitas merupakan alat ukur dalam penelitian yang digunakan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar mencerminkan kondisi objek yang diteliti. Uji validitas bertujuan menilai sejauh mana butir-butir pertanyaan dalam kuesioner mampu merepresentasikan variabel yang diukur. Dengan demikian, uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian benar-benar mengukur konsep yang seharusnya diukur. pengujian validitas dilakukan menggunakan metode korelasi uji pearson product moment dengan rumusan nya dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2\} - \{n \sum y^2\} - \{\{\sum y\}^2\}}}$$

Keterangan:

R : Koefisien korelasi antara x dan y

X : Jumlah skor variabel x

Y : Jumlah skor variabel y

XY : Jumlah hasil kali antara x dan y

N : Jumlah responden

$\sum X$: Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$: Jumlah skor dalam distribusi Y

Pengambilan keputusan uji validitas yaitu sebagai berikut:

Kriteria pengujian validitas ditentukan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen dianggap valid. Sebaliknya, jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen dinyatakan tidak valid.

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X)

Item Kepuasan Pengunjung (X)	R Hitung	R Tabel	Kondisi	Keterangan
X1.1	0,663	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
X1.2	0,449	0,361	r hitung $>$ r table	Valid
X1.3	0,54	0,361	r hitung $>$ r table	Valid
X1.4	0,445	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
X1.5	0,665	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
X1.6	0,402	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid

Sumber: Data diolah peneliti Melalui SPSS 21

Berdasarkan tabel 3.3 hasil uji validitas variabel Kepuasan Pengunjung (X) dari 6 butir item pertanyaan yang berkaitan dengan Kepuasan Pengunjung yang dinyatakan valid semua dimana nilai r hitung paling tinggi 0,665 dan yang paling rendah 0,402. Dengan demikian seluruh item Kepuasan Pengunjung (X) dinyatakan valid.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan

Item Loyalitas Pelanggan (Y)	R Hitung	R Tabel	Kondisi	Keterangan
Y1	0,365	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
Y2	0,611	0,361	r hitung $>$ r table	Valid
Y3	0,422	0,361	r hitung $>$ r table	Valid
Y4	0,590	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
Y5	0,600	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
Y6	0,373	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
Y7	0,469	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
Y8	0,563	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid

Sumber: Data diolah peneliti melalui SPSS 21

Berdasarkan tabel 3.4 hasil uji validitas variabel Loyalitas Pelanggan (Y) dari 8 butir item pertanyaan yang berkaitan dengan Loyalitas Pelanggan yang dinyatakan valid semua dimana nilai r hitung paling tinggi 0,600 dan yang paling

rendah 0,365. Dengan demikian seluruh item Kepuasan Pengunjung (X) dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2018) uji reliabilitas merupakan untuk menunjukkan tingkat konsisten dan akurasi hasil pengukuran. Reliabilitas instrumen menunjukkan kemampuan alat ukur untuk menghasilkan hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala/kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Reliabel artinya dapat dipercaya, konsisten atau stabil, suatu alat ukur yang bisa dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten dapat dipercaya. Untuk mengetahui tingkat reliabel kuesioner maka digunakan rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:

Keterangan :

$$r = \left[\frac{k}{k - 1} \right] \left[1 - \frac{[\sum \vartheta_b^2]}{\vartheta^2} \right]$$

r = Reliabilitas Instrumen

K = Banyaknya butir soal

$\sum \vartheta_b^2$ = Jumlah varians butir

ϑ^2 = Varians Total

N = Jumlah responden

Pengujian realibilitas dilakukan melalui program SPSS 21 dengan membandingkan antara koefisien r dengan koefisien *Alpha Cronbach*. Maka dari itu, kriteria pengambilan keputusan dalam uji realibilitas adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai *Alpha Cronbach's* > 0,60, maka kuesioner atau angket dapat diandalkan (reliable) atau konsisten.

- b. Apabila nilai *Alpha Cronbach's* $< 0,60$, maka kuesioner atau angket tidak reliabel atau tidak konsisten.

Tabel 3. 5 Interpretasi tingkat nilai Cronbach's Alpha

Cronbach's Alpha	Keterangan
0,8000-1,0000	Sangat Tinggi
0,6000-0,7999	Tinggi
0,4000-0,5999	Sedang/cukup
0,2000-0,3999	Rendah
0,0000-0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Data diolah oleh peneliti 2026

Peneliti menggunakan uji reliabilitas karena ingin melihat apakah pernyataan yang kita berikan dapat dijawab atau tidak oleh responden sehingga data yang didapatkan akan akurat dan relevan. Jika pernyataan yang diberikan tidak dapat terjawab berarti kuesioner yang diajukan tidak dapat dipahami oleh para responden sehingga kuesioner harus diperbaharui kembali agar responden dapat menjawab dan data yang didapatkan akan relevan.

Tabel 3. 6 Hasil Uji Relibilitas X dan Y

Item	Cronbach's Alpha	Tabel Reliabilitas	Keterangan
Kepuasan Pengunjung	0,495	0,06	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,576	0,06	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti melalui SPSS 21

3. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan karakteristik responden pada setiap variabel penelitian tanpa melibatkan pengujian hipotesis secara inferensial. Tahapan analisis dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi guna mengetahui tingkat perolehan skor dari masing-masing variabel yang diteliti. Menurut (Sugiyono, 2023), analisis deskriptif bertujuan menyajikan dan menggambarkan data sesuai dengan kondisi yang diperoleh di lapangan, tanpa dimaksudkan untuk melakukan generalisasi terhadap populasi

yang lebih luas, dengan ketentuan sebagai berikut:

$$RS = \frac{m - n}{k}$$

$$\frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Keterangan:

RS = Rentang skala

m = Skor maksimal

n = Skor minimal

k = Jumlah kategori

Kategori jawaban responden:

1,00 - 1,80 = Sangat tidak setuju menunjukkan hasil dari jawaban responden berdasarkan variabel adalah sangat tidak setuju

1,81 - 2,60 = Tidak setuju menunjukkan hasil dari jawaban responden berdasarkan variabel ada tidak setuju

2,61 - 3,40 = Kurang setuju menunjukkan hasil dari jawaban responden berdasarkan variabel ada kurang setuju

3,41 - 4,20 = Setuju menunjukkan hasil dari jawaban responden berdasarkan variabel ada setuju

4,21 - 5,00 = Sangat setuju menunjukkan hasil dari jawaban responden berdasarkan variabel ada sangat setuju

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diperoleh bahwa setiap kategori jawaban memiliki interval skala sebesar 0,80. Nilai interval ini digunakan sebagai dasar dalam menginterpretasikan skor rata-rata pada setiap indikator yang merepresentasikan variabel penelitian. Rentang nilai rata-rata tersebut kemudian dijadikan pedoman untuk menentukan kategori penilaian masing-

masing indikator (Ghozali, 2018).

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu (residual) dalam model penelitian memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Pengujian normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov–Smirnov dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, yang digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan terkait normal atau tidaknya distribusi data residual.

- 1) Angka signifikansi Uji Kolmogorov- Smirnov Sign > 0.05 maka data berdistribusi normal.
- 2) Angka signifikansi Uji Kolmogorov-Smirnov Sign < 0, 5 maka data berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang kuat antarvariabel independen dalam suatu model regresi (Ghozali, 2016). Apabila terjadi korelasi yang tinggi di antara variabel independen, maka kemampuan model dalam menjelaskan pengaruh masing-masing variabel terhadap variabel dependen dapat menjadi tidak akurat. Pendeteksian multikolinearitas pada regresi linear umumnya dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi dinyatakan mengalami multikolinearitas apabila nilai *tolerance* kurang dari 0,10 atau nilai VIF lebih dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linear terdapat perbedaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik seharusnya memiliki varians residual yang tetap atau sama pada seluruh data, kondisi ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, apabila varians residual menunjukkan ketidaksamaan antarobservasi, maka kondisi tersebut dinamakan heteroskedastisitas. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas adalah Uji Glejser. Pengujian ini dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen dalam model. Apabila hasil regresi menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap nilai absolut residual, maka dapat disimpulkan terdapat indikasi heteroskedastisitas. Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- 2) Sebaliknya, jika nilai nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

5. Analisis Regresi Linear Sederhana

Peneliti menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh variabel kepuasan pengunjung (X) terhadap variabel loyalitas pengunjung (Y).

Peneliti merumuskan model regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = loyalitas pengunjung

a = konstanta

b = koefisien regresi

X = kepuasan pengunjung

e = standar error.

6. Uji Hipotesis

Peneliti menggunakan uji t (parsial) untuk menguji signifikansi pengaruh kepuasan pengunjung terhadap loyalitas pengunjung secara individual. Peneliti menetapkan kriteria pengujian sebagai berikut: peneliti menerima H_1 dan menolak H_0 apabila nilai signifikansi berada di bawah 0,05, yang berarti kepuasan pengunjung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung. Sebaliknya, peneliti menerima H_0 dan menolak H_1 apabila nilai signifikansi melebihi 0,05.

7. Koefisien Determinasi (R^2)

Peneliti menggunakan koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa besar persentase variabel kepuasan pengunjung mampu menjelaskan variabel loyalitas pengunjung dalam model regresi. Peneliti menjelaskan sisa persentase yang model regresi tidak dapat menjelaskan sebagai pengaruh dari variabel lain di luar model penelitian ini.