

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Metode kuantitatif merupakan suatu metode yang meneliti populasi atau sampel yang telah ditetapkan. Hasil dari penyebaran kuesioner dalam metode kuantitatif yaitu berupa angka-angka yang akan dianalisis lebih lanjut untuk melihat hasil yang akan memecahkan suatu rumusan masalah atau untuk menentukan suatu kebenaran hipotesis sementara.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan di Citra Kendedes Cake & Bakery. Adapun alasan melakukan penelitian di Citra Kendedes Cake & Bakery, yaitu Citra Kendedes suatu perusahaan yang mempunyai toko dengan menjual berbagai macam roti dan kue dengan mutu dan rasa. Perkembangan perusahaan yang cukup pesat dengan adanya banyak *outlet* yang tersebar di Malang dan untuk mengetahui bagaimana kualitas produk yang dijual Citra Kendedes Cake & Bakery untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggannya. Banyaknya *outlet* di Malang peneliti memilih salah satu *outlet* yang akan dijadikan tempat penelitian yaitu, Jl. S. Hatta B3 Kav. A, karena lokasi berdekatan dengan tempat tinggal. Tempat yang dipilih penelitian ini diharapkan dapat memberikan kemudahan saat penelitian serta kemudahan untuk mendapatkan responden. Sehingga penelitian berjalan dengan lancar dan menghemat waktu.

C. Konsep, Variabel, Definisi Operasional, dan Skala Pengukuran

1. Konsep

Konsep yang digunakan penelitian adalah Kualitas Produk (X) terhadap Loyalitas (Y) dan Kepuasan Pelanggan (Z) sebagai variabel mediasi :

a. Kualitas Produk

Kotler dan Keller (2009:143) kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Perusahaan perlu memperhatikan kualitas produk yang mereka buat. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penilaian pelanggan terhadap kualitas produk Citra Kendedes Cake & Bakery apakah pelanggan merasa puas dengan produk yang mereka beli.

b. Loyalitas Pelanggan

Griffin (2005) dalam Sangadji & Sopiah (2013:104) menyatakan “*loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*”. Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih. Ketika pelanggan merasa puas terhadap produk pembeliannya, pelanggan tersebut akan merasa cocok dan melakukan pembelian ulang. Loyalitas dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa sering dan apa yang dilakukan pelanggan ketika merasa puas terhadap kualitas yang diberikan Citra Kendedes Cake & Bakery.

c. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler & Keller (2009:139) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekpektasi mereka. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan sangat penting untuk diperhatikan demi kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Tjiptono, dkk (2008:37-38) Bagi bisnis, kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang.

2. Variabel

Di dalam suatu metode penelitian adanya suatu variabel yang merupakan suatu pusat dari penelitian yang telah ditetapkan untuk diambil kesimpulannya. Munawaroh (2012:68) mengemukakan bahwa variabel merupakan gejala yang menjadi fokus dalam penelitian. Variabel menunjukkan objek yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lainnya. Variabel dalam penelitian ini menggunakan variabel *independen* (bebas), variabel *dependen* (terikat), dan variabel mediasi. Definisi variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Variabel Bebas (*Exogenous*)

Penelitian ini terdapat satu variabel bebas yaitu kualitas produk (X)

b. Variabel Antara (*Intervening*)

Penelitian ini terdapat satu variabel antara yaitu kepuasan pelanggan (Z)

c. Variabel Terikat (*Endogenous*)

Penelitian ini terdapat satu variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan (Y)

3. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan cara pengukuran dalam suatu metode. Menurut Sugiyono (2008:58) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Maka dari itu diperlukan variabel yang mendukung konsep serta dapat membatasi secara jelas suatu penelitian. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel Bebas

Kualitas produk (X) mengenai seberapa baik produk yang ditawarkan Citra Kendedes Cake & Bakery untuk memenuhi harapan dan keinginan pelanggan. Sehingga pelanggan tersebut merasakan kepuasan terhadap suatu produk tersebut yang nantinya pelanggan akan menjadi loyal untuk melakukan pembelian ulang. Indikator dalam pengukuran kualitas produk tersebut adalah:

1. Kinerja (*Performance*)

Kinerja dalam Citra Kendedes Cake & Bakery. Adapun item dari indikator ini adalah :

- a) Kecepatan saat pembayaran
- b) Kenyamanan saat pembelian

2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*)

Pada indikator ini karakteristik produk yang menjadi pelengkap fungsi dasar produk Citra Kendedes Cake & Bakery untuk menarik minat

beli pelanggannya yang menjadikan ciri-ciri dari kualitas produk perusahaan. Adapun item dari indikator ini adalah :

- a) Harga yang diberikan terjangkau
- b) Memiliki rasa yang enak

3. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Spesification*)

Kemampuan Citra Kendedes dalam memberikan spesifikasi produk yang telah ditetapkan sebelumnya. Adapun item dari indikator ini adalah :

- a) Rasa yang diberikan memiliki karakteristik bahan yang berkualitas
- b) Ukuran produk sesuai dengan harga yang diberikan

4. Keandalan (*Realibility*)

Pengawasan produk pada Citra Kendedes Cake & Bakery untuk menjaga produk tetap layak konsumsi. Adapun item dari indikator ini adalah :

- a) Produk yang dijual tidak pernah mengalami cacat atau gagal produksi
- b) Produk yang dijual selalu dalam bentuk *fresh*

5. Daya tahan (*Durability*)

Pada indikator ini berkaitan dengan berapa lama daya tahaan produk Citra Kendedes Cake & Bakery. Adapun item dari indikator ini adalah :

- a) Memiliki daya tahan cukup lama
- b) Ketersediaan informasi mengenai kadaluarsa produk

6. Estetika (*Esthetica*)

Kemampuan Citra Kendedes Cake & Bakery dalam menciptakan desain produk, jenis, tekstur, dan kombinasi produk, sehingga bisa menarik panca indera pelanggan. Adapun item dalam indikator ini adalah :

- a) Beragam jenis kue dan roti yang ditawarkan
- b) Kemasan produk yang bagus dan praktis

7. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*)

Merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk Citra Kendedes Cake & Bakery. Adapun item dalam indikator ini adalah :

- a) Terjamin Halal
- b) Produk sudah terpercaya kualitasnya

8. Dimensi kemudahan perbaikan (*Serviceability*)

Indikator ini mengenai penanganan Citra Kendedes Cake & Bakery terhadap keluhan pelanggan dan ketersediaan barang yang dibutuhkan pelanggan.

- a) Menangani dengan baik pertanyaan
- b) Produk yang diinginkan pelanggan selalu tersedia

b. Variabel Mediasi (Antara)

Kepuasan Pelanggan (Z) adalah hasil akhir yang didapatkan pelanggan saat selesai menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk. Pelanggan akan merasakan kepuasan karena kualitas produk yang didapat dapat memenuhi keinginannya. Pelanggan akan tetap melakukan pembelian di tempat tersebut. Indikator dalam kepuasan pelanggan yaitu :

1. Kepuasan Produk

Bagaimana kepuasan pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery saat melakukan pembelian dan mengkonsumsi produk.

Item dari indikator ini adalah :

- a) Kepuasan terhadap produk yang ditawarkan
- b) Produk yang diberikan sesuai dengan ekspektasi

2. Kepuasan Pelayanan

Bagaimana respon pelanggan ketika mengetahui pelayanan Citra Kendedes Cake & Bakery.

Item dalam indikator ini adalah :

- a) Kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan
- b) Merespon dengan cepat keluhan dan saran

c. Variabel Terikat

Loyalitas pelanggan (Y) merupakan suatu keadaan pelanggan tertarik terhadap produk yang ia beli, dikarenakan pelanggan merasa puas dan merasa kebutuhannya terpenuhi. Sehingga pelanggan ingin terus melakukan pembelian ulang suatu produk yang ia beli. Indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas, yaitu :

1. Pembelian ulang

Seberapa loyal pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery dalam melakukan pembelian ulang, karena pelanggan yang loyal akan melakukan pembelian ulang. Adapun item dari indikator ini adalah :

- a) Akan datang kembali untuk melakukan pembelian ulang
- b) Selalu menjadi tujuan utama ketika pembelian produk kue dan roti

2. Kebiasaan mengonsumsi merek

Pelanggan yang loyal bisa diukur dari kebiasaan mengonsumsi merek, hal ini yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap Citra Kendedes Cake & Bakery. Adapun item dari indikator ini adalah :

- a) Mengonsumsi karena faktor keterbiasaan
- b) Terbiasa mengonsumsi karena suka

3. Rasa suka yang besar pada merek

Seberapa besar rasa suka pelanggan terhadap Citra Kendedes Cake & Bakery untuk mengetahui tingkat loyalitas. Adapun item dalam indikator ini adalah :

- a) Tidak terpengaruh merk lainnya
- b) Menyukai produk karena merk sudah terkenal

4. Ketetapan pada merek

Pelanggan yang loyal akan menetapkan suatu produk untuk menjadi tujuan utama pembelian. Adapun item dari indikator ini adalah :

- a) Tetap menjadi pilihan utama untuk pembelian kue dan roti
- b) Tetap menjadi toko kue dan roti terfavorit

5. Keyakinan bahwa merek tertentu merek yang terbaik

Pelanggan yang loyal pada Citra Kendedes Cake & Bakery akan menjadikan perusahaan tersebut dengan merek terbaik. Adapun item dari indikator ini adalah :

- a) Citra Kendedes Cake & Bakery produk terbaik
- b) Citra Kendedes Cake & Bakery memiliki reputasi yang baik

6. Perekomendasiian merek kepada orang lain

Bagaimana tingkat loyalitas pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery untuk merekomendasikan produk kepada orang lain. Adapun Item dalam indikator ini adalah :

- a) Mengajak / merekomendasikan keluarga / teman untuk melakukan pembelian
- b) Menyebarkan informasi terbaik mengenai produk Citra Kendedes Cake & Bakery

Berdasarkan uraian diatas mengenai masing-masing definisi operasional variabel yang telah dijelaskan dengan item-item untuk dijadikan pertanyaan di kuesioner. Peneliti menyajikan tabel. Tabel 3.1 guna untuk mempermudah pemahaman mengenai kuesioner yang akan digunakan untuk survei penelitian yang akan dilakukan di Citra Kendedes Cake & Bakery.

Tabel 3.1. Konsep, Variabel, Indikator dan Item

No.	Konsep	Variabel	Indikator	Item
1.	Kualitas Produk	Kualitas Produk (X)	Kinerja (X.1)	Kecepatan saat pembayaran (X _{1.1})
				Kenyamanan saat pembelian (X _{1.2})
			Keistimewaan Tambahan (X.2)	Harga yang diberikan terjangkau (X _{2.1})
				Memiliki rasa yang enak (X _{2.2})
Kesesuaian dengan spesifikasi (X.3)	Rasa yang diberikan memiliki karakteristik bahan yang berkualitas (X _{3.1})			

Lanjutan Tabel 3.1. Konsep, Variabel, Indikator dan Item

No.	Konsep	Variabel	Indikator	Item			
	Kualitas Produk	Kualitas Produk (X)	Keandalan (X.4)	Ukuran produk sesuai dengan harga yang diberikan (X _{3.2})			
				Produk yang dijual tidak pernah mengalami kecacatan (X _{4.1})			
			Daya tahan (X.5)	Produk yang dijual selalu terlihat <i>fresh</i> (X _{4.2})			
				Memiliki daya tahan cukup lama (X _{5.1})			
			Estetika (X.6)	Ketersediaan informasi kadaluarsa produk (X _{5.2})			
				Beragam jenis kue dan roti yang ditawarkan (X _{6.1})			
			Kualitas yang dipersepsikan (X.7)	Kemasan produk bagus dan praktis (X _{6.2})			
				Terjamin Halal (X _{7.1})			
			Dimensi kemudahan perbaikan (X.8)	Produk sudah terpercaya kualitasnya (X _{7.2})			
				Menangani dengan baik pertanyaan (X _{8.1})			
						Kepuasan produk (Z.1)	Produk yang diinginkan selalu tersedia (X _{8.2})
							Kepuasan terhadap produk yang ditawarkan (Z _{1.1})
2.	Kepuasan Pelanggan	Kepuasan Pelanggan (Z)		Produk yang diberikan sesuai dengan ekpektasi (Z _{1.2})			

Lanjutan Tabel 3.1. Konsep, Variabel, Indikator dan Item

No.	Konsep	Variabel	Indikator	Item
			Kepuasan pelayanan (Z.2)	Kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan (Z _{2.1})
				Merespon dengan cepat keluhan dan saran (Z _{2.2})
3.	Loyalitas Pelanggan	Loyalitas Pelanggan (Y)	Pembelian ulang (Y.1)	Akan datang kembali untuk melakukan pembelian ulang (Y _{1.1})
				Selalu menjadi tujuan utama ketika pembelian produk kue dan roti (Y _{1.2})
			Kebiasaan mengkonsumsi merek (Y.2)	Mengonsumsi karena faktor keterbiasaan (Y _{2.1})
				Terbiasa mengkonsumsi karena suka (Y _{2.2})
			Rasa suka yang besar pada merek (Y.3)	Tidak terpengaruh merk lainnya (Y _{3.1})
				Menyukai produk karena merk sudah terkenal (Y _{3.2})
			Ketetapan pada merek (Y.4)	Tetap menjadi pilihan utama untuk pembelian kue dan roti (Y _{4.1})
				Tetap menjadi toko kue dan roti favorit (Y _{4.2})
			Keyakinan bahwa merek tertentu merek yang terbaik (Y.5)	Citra Kendedes Cake & Bakery produk terbaik (Y _{5.1})
				Citra Kendedes Cake & Bakery memiliki reputasi yang baik (Y _{5.2})

Lanjutan Tabel 3.1. Konsep, Variabel, Indikator dan Item

No.	Konsep	Variabel	Indikator	Item
			Perekomendasi merek kepada orang lain (Y.6)	Mengajak / merekomendasikan keluarga / teman untuk melakukan pembelian (Y _{6.1})
				Menyebarkan informasi terbaik mengenai produk Citra Kendedes Cake & Bakery (Y _{6.2})

Sumber: Data diolah, 2017

D. Skala Pengukuran

Skala pengukuran penelitian ini menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2008:132) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Skala *likert* kuesioner berisi tentang pertanyaan atau pernyataan yang jawabannya akan diberi skor sebagai berikut :

Tabel 3.2 Pernyataan Skala Likert

No.	Kode	Keterangan	Skor
1.	SS	Sangat Setuju	5
2.	S	Setuju	4
3.	RR	Ragu-Ragu	3
4.	TS	Tidak setuju	2
5.	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2008:132)

E. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Melakukan sebuah penelitian harus adanya sumber data yang diperlukan contohnya yaitu populasi. Populasi merupakan obyek penelitian. Menurut Sugiyono (2008:115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang diambil peneliti merupakan semua pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery. Kriteria populasi yang dijadikan pertimbangan penelitian ini, yaitu:

- a. Pelanggan minimal berusia 18 tahun ke atas, karena menurut Hurlock (1990) masa dewasa awal dimulai pada umur 18 tahun sampai umur 40 tahun, yang mana seseorang mengalami perubahan fisik dan psikologis.
- b. Melakukan pembelian lebih dari satu kali dan pernah mengonsumsi produk

2. Sampel

Sugiyono (2008:116) menyebutkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti 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. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Sampel merupakan hasil dari obyek penelitian yang berdasarkan dari masalah, tujuan, hipotesis, dan metode penelitian. Untuk sampel yang digunakan peneliti adalah pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery maka peneliti akan menggunakan rumus Machin dan

Campbell untuk mengetahui jumlah pelanggan. Hasil dari perhitungan yaitu sebagai berikut :

$$U\rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1 + \rho}{1 - \rho} \right)$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{U\rho^2} + 3$$

$$U\rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1 + \rho}{1 - \rho} \right) + \left(\frac{\rho}{2(n - 1)} \right)$$

Keterangan :

$U\rho$: Standardized normal random variabel corresponding value of the correlation coefficient

n : Ukuran Sampel

$Z_{1-\alpha}$: Nilai yang diperoleh dari tabel distribusi normal baku dengan alpha yang ditentukan (1,96)

$Z_{1-\beta}$: Nilai yang diperoleh dari tabel distribusi normal baku dengan beta yang ditentukan (1,29)

α : Kekeliruan tipe I, yaitu menerima hipotesis yang seharusnya ditolak (5%)

β : Kekeliruan tipe II, yaitu menerima hipotesis yang seharusnya diterima (10%)

ρ : Koefisien korelasi terkecil yang diharapkan dapat terdeteksi secara signifikan 0,30

Perhitungan sampel :

a. Interaksi tahap pertama

$$U\rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1 + \rho}{1 - \rho} \right)$$

$$= \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1 + 0,30}{1 - 0,30} \right)$$

$$= \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1,3}{0,7} \right)$$

$$= \frac{1}{2} \ln (1,8571428571)$$

$$= \frac{1}{2} \cdot 0,6190392084$$

$$= 0,3095196042$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{U\rho^2} + 3$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{(1,96 + 1,29)^2}{0,3095196042^2} + 3 \\
&= \frac{10,5625}{0,0958023854} + 3 \\
&= 113,252995850
\end{aligned}$$

b. Interaksi tahap kedua

$$\begin{aligned}
U\rho &= \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1 + \rho}{1 - \rho} \right) + \left(\frac{\rho}{2(n - 1)} \right) \\
&= 0,3095196042 + \left(\frac{0,30}{2(113,2529958508 - 1)} \right) \\
&= 0,3095196042 + \left(\frac{0,30}{224,5059917016} \right) \\
&= 0,3095196042 + 0,0013362672 \\
&= 0,3108558714
\end{aligned}$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{U\rho^2} + 3$$

$$\begin{aligned}
n &= \frac{(1,96 + 1,29)^2}{0,3108558714^2} + 3 \\
&= \frac{10,5625}{0,0966313728} + 3 \\
&= 112,3071503999
\end{aligned}$$

c. Interaksi tahap ketiga

$$\begin{aligned}
U\rho &= \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1 + \rho}{1 - \rho} \right) + \left(\frac{\rho}{2(n - 1)} \right) \\
&= 0,3095196042 + \left(\frac{0,30}{2(112,3071503999 - 1)} \right) \\
&= 0,3095196042 + \left(\frac{0,30}{12389,281730045} \right) \\
&= 0,3095196042 + 0,0000242144 \\
&= 0,3095438187
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{U\rho^2} + 3 \\
 &= \frac{(1,96 + 1,29)^2}{0,3095438187} + 3 \\
 &= \frac{10,5625}{0,0958173757} + 3
 \end{aligned}$$

= 113,2357471475 Berdasarkan melalui tiga tahap interasi, maka ditarik kesimpulan untuk jumlah sampel yang akan diteliti sejumlah 114 responden.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling merupakan cara untuk pengambilan sampel. Sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling*, yakni responden yang terpilih menjadi anggota sampel atas pertimbangan atau dipilih dari peneliti itu sendiri. Sanusi (2011:95) cara pengambilan sampel *purposive sampling*, yaitu cara pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut yaitu, kriteria yang berumur 18 tahun keatas, melakukan pembelian lebih dari satu kali dan pernah mengkonsumsi.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber data yang merupakan dari obyek penelitian yaitu data primer dan data sekunder. Data yang biasa digunakan penelitian merupakan data primer dan sekunder. Data primer yaitu data yang didapat melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery, sedangkan data sekunder merupakan data yang berasal dari penelitian terdahulu dan internet. Peneliti menggunakan data primer yang merupakan data hasil dari penyebaran kuesioner yang dilakukan di Citra Kendedes Cake & Bakery dan data sekunder.

2. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang akan dikaji lebih lanjut oleh peneliti, peneliti melakukan pengumpulan data penyebaran kuesioner di tempat penelitian. Kuesioner merupakan suatu pertanyaan yang setiap jawaban memiliki bobot masing-masing. Menurut Sugiyono (2008:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan maupun pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya.

G. Uji Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian menurut Sugiyono (2008:398) kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Data penelitian ini dikumpulkan dengan teknik kuesioner dengan memberikan pernyataan tertulis yang telah ditentukan variabel, indikator, dan item. Kuesioner dirancang dengan *skala likert*, setelah itu peneliti melakukan analisis.

1. Uji Validitas

Ghozali (2011:52) menjelaskan uji validitas sebagai alat ukur untuk menguji instrumen penelitian yang digunakan dalam riset. Pengujian ini dilakukan untuk membandingkan item pertanyaan ke total skor variabel (r hitung) yang terdiri dari item-item pertanyaan (r tabel) berupa kuesioner yang kemudian diberikan kepada responden. Apabila r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut dapat dikatakan valid, dan jika r hitung $<$ r tabel, maka variabel tersebut dapat dikatakan tidak valid. Menurut Ghiselli, dkk (1981:266) dalam Jogiyanto

(2008:164) pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Alat ukur yang tidak valid adalah yang memberikan hasil ukuran menyimpang dari tujuannya. Penyimpangan pengukuran ini disebut dengan kesalahan (*error*) atau varian.

2. Uji Reliabilitas

Penelitian dikatakan reliabel apabila hasilnya akurat dan konsisten. Menurut Sastroasmoro dan Ismael dalam Munawaroh (2012:80) reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur digunakan dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran relatif konsisten, maka alat tersebut reliabel. Tingkat reliabilitas variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model konsisten internal dengan teknik *Cronbach's Alpha*. Instrumen dapat dikatakan reliabel jika koefisien reliabilitas $> 0,6$.

3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Produk

Pengujian validitas yang dilakukan dengan melalui program SPSS ver. 20.0 dengan menggunakan korelasi *product moment* yang menghasilkan nilai masing-masing item pernyataan dengan taraf sig. $\geq 5\%$. Hal tersebut menunjukkan bahwa indikator yang ada merupakan satu kesatuan alat ukur yang mengukur suatu konsep yang sama dan dapat memprediksi apa yang seharusnya dapat diprediksi, sehingga dalam kuesioner valid atau tidak valid dapat diketahui dengan cara membandingkan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Selain uji validitas terdapat pula uji reliabilitas yang bertujuan untuk menguji kuesioner penelitian, apakah pernyataan tersebut reliabel dan dapat dipertanggungjawabkan. Maka dari hasil uji validitas dan reliabilitas

variabel Kualitas Produk dengan jumlah 114 responden dapat diketahui melalui tabel 3.3 berikut ini.

Tabel 3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Produk

Item	r hitung	Sig.	r tabel	Keterangan
X1.1	0.566	0.000	0.3	Valid
X1.2	0.630	0.000	0.3	Valid
X2.1	0.489	0.000	0.3	Valid
X2.2	0.605	0.000	0.3	Valid
X3.1	0.666	0.000	0.3	Valid
X3.2	0.588	0.000	0.3	Valid
X4.1	0.545	0.000	0.3	Valid
X4.2	0.676	0.000	0.3	Valid
X5.1	0.454	0.000	0.3	Valid
X5.2	0.597	0.000	0.3	Valid
X6.1	0.478	0.000	0.3	Valid
X6.2	0.647	0.000	0.3	Valid
X7.1	0.645	0.000	0.3	Valid
X7.2	0.725	0.000	0.3	Valid
X8.1	0.659	0.000	0.3	Valid
X8.2	0.642	0.000	0.3	Valid
Cronbach' Alpha = 0,877				Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2017

Dari tabel 3.3 diketahui bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan nilai sig. 0.05 ($\alpha = 0.05$) yang berarti tiap-tiap item variabel adalah valid. Variabel kualitas produk dinyatakan reliabel atau handal, karena reliabilitas Alpha Cronbach $>0,6$ yaitu sebesar 0,877 sehingga seluruh indikator variabel Kualitas Produk dinyatakan reliabel, jadi instrumen tersebut dapat digunakan untuk penelitian.

b. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Hasil uji validitas dan reliabilitas untuk variabel Kepuasan Pelanggan dengan jumlah 114 responden, telah memberikan respon untuk sebuah pernyataan yang dituangkan dalam kuesioner. Maka nilai uji validitas dengan tingkat sig. 0.05

($\alpha = 0.05$) dan uji reliabilitas yang menunjukkan nilai koefisien yang lebih dari 0,6 menyatakan bahwa keandalan konsistensi internal yang reliabel, sehingga dapat disimpulkan dalam tabel 3.4 berikut ini.

Tabel 3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Item	r hitung	Sig.	r tabel	Keterangan
Z1.1	0.847	0.000	0.3	Valid
Z1.2	0.817	0.000	0.3	Valid
Z2.1	0.817	0.000	0.3	Valid
Z2.2	0.710	0.000	0.3	Valid
Cronbach' Alpha = 0,801				Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2017

Tabel 3.4 di atas dapat dilihat bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan nilai sig. 0.05 ($\alpha = 0.05$) yang berarti tiap-tiap item variabel adalah valid. Hasil uji reliabilitas Alpha Cronbach > dari 0,6 yaitu sebesar 0,801 sehingga seluruh indikator variabel Kepuasan Pelanggan dinyatakan reliabel, jadi dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

c. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Pelanggan

Hasil uji validitas dan uji reliabilitas Loyalitas Pelanggan dapat diketahui dengan cara melakukan penelitian terhadap 114 orang responden, yang mana responden tersebut sudah dikatakan pantas dan berhak untuk mengeluarkan pendapatnya. Maka nilai uji validitas dari 114 orang responden dengan tingkat sig. 0.05 ($\alpha = 0.05$) dan uji reliabilitas yang menunjukkan nilai koefisien yang lebih dari 0,6 menyatakan bahwa keandalan konsistensi internal yang reliabel, maka dapat dilihat uji validitas dan reabilitas variabel loyalitas pelanggan pada tabel 3.5 berikut ini.

Tabel 3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Pelanggan

Item	r hitung	Sig.	r tabel	Keterangan
Y1.1	0.520	0.000	0.3	Valid
Y1.2	0.771	0.000	0.3	Valid
Y2.1	0.760	0.000	0.3	Valid
Y2.2	0.639	0.000	0.3	Valid
Y3.1	0.840	0.000	0.3	Valid
Y3.2	0.737	0.000	0.3	Valid
Y4.1	0.799	0.000	0.3	Valid
Y4.2	0.786	0.000	0.3	Valid
Y5.1	0.815	0.000	0.3	Valid
Y5.2	0.668	0.000	0.3	Valid
Y6.1	0.774	0.000	0.3	Valid
Y6.2	0.782	0.000	0.3	Valid
Cronbach' Alpha = 0,925				Reliabel

Sumber: Data Primer diolah,2017

Dari data tabel 3.5 maka dapat diketahui bahwa uji validitas dinyatakan valid karena nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan ketentuan bahwa nilai sig. $\geq 0,05$. Uji reliabilitas dari variabel keputusan pembelian memiliki tingkat kehandalan yang lebih dari 0,6. Sehingga uji reliabilitas keputusan pembelian dinyatakan reliabel 0,925.

H. Teknik Analisis Data

Teknis analisis data digunakan suatu penelitian untuk mendeskripsikan teknik analisa apa yang digunakan untuk data yang diperoleh dalam penelitian. Sugiyono (2008:206) dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan

masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Dalam menganalisis suatu data penelitian, peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif. Sugiyono (2008:206) menyatakan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang sudah terkumpul dari responden dengan cara dianalisis atau dideskripsikan untuk menggambarkan objek yang diteliti melalui sampel atau populasi. Terdapat beberapa hal yang dilakukan peneliti dalam analisis deskriptif yang termasuk :

- a. Analisis mengenai karakteristik responden yaitu usia, jenis kelamin untuk mengetahui produk Citra Kendedes Cake & Bakery.
- b. Peneliti dalam melakukan penelitian memiliki tiga variabel yaitu kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Dari variabel itu akan berubah menjadi data yang kemudian dikelola atau dianalisis menggunakan deskriptif statistik, sehingga dapat diperoleh angka atau nilai minimum, nilai maksimum, nilai *median* (Me), dan standar deviasi (SD).
- c. Analisis ini dapat menggambarkan jawaban responden dari kuesioner yang diajukan peneliti. Pada bagian ini analisis data dilakukan satu persatu didasarkan pada jawaban responden yang sudah mengisi kuesioner selama penelitian berlangsung. Data tersebut akan disajikan pada tabel distribusi frekuensi.

2. Analisis Jalur Path (*Path Analysis*)

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis jalur *path* atau *path analysis*. Alrasyid (1993:2) dalam Sanusi (2011:156) menjelaskan analisis jalur bertujuan untuk menerangkan akibat langsung dan tidak langsung seperangkat variabel bebas dengan seperangkat variabel terikat. Pada analisis jalur ini, hubungan kausalitas yang menunjukkan pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel itu dapat diukur besarnya.