BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Metode kuantitatif dipilih karena berlandaskan pada filsafat positivisme, dimana penelitian dilakukan untuk menguji teori dengan meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Proses pengumpulan data dilakukan secara terstruktur menggunakan instrumen penelitian yang terstandarisasi. Selanjutnya, agar diperoleh kesimpulan yang dapat digeneralisasi, analisis data dalam penelitian kuantitatif ini bersifat statistik (Sugiyono, 2019). Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta serta karakteristik populasi yang diteliti.

3.2 Lokasi dan Waktu

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di lokasi UMKM Dapoer Mom Alena yang beralamat di Jalan Kyaisono, Genuk, Ungaran Barat, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah.

3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian ini, terhitung sejak pengambilan data di lapangan hingga pengolahan data.

Direncanakan berlangsung selama dua (2) bulan, yaitu mulai bulan Desember 2025 hingga bulan Januari 2026.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan UMKM Dapoer Mom Alena yang melakukan pembelian produk selama dua (2) bulan terakhir, yaitu bulan Desember 2025 dan bulan Januari 2026.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel dalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2021).

1. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Nonprobability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu (Sugiyono, 2019). Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat (Hair et al., 2014) yang menyatakan bahwa jumlah sampel minimal dalam analisis multivariat adalah 5–10 kali jumlah indikator penelitian. Jumlah indikator dalam penelitian ini sebanyak 16 indikator, sehingga jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah 80 responden (16 × 5). Penelitian ini menggunakan 80 responden yang dianggap telah memenuhi kriteria kecukupan sampel untuk analisis regresi linier berganda.

2. Kriteria Responden (Sampel)

Penentuan sampel didasarkan pada kriteria tertentu agar data yang dikumpulkan relevan, yaitu:

1. Konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Dapoer Mom Alena, dalam rentang waktu yang telah ditetapkan (bulan Desember 2025 dan bulan Januari 2026).
2. Pelanggan yang dapat memahami dan mengisi isi kuesioner dengan baik.
3. Pelanggan yang bersedia menjadi responden penelitian.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan, baik hasil perhitungan maupun pengukuran.

Data kuantitatif dalam penelitian ini diperoleh dari skor hasil pengisian kuesioner oleh pelanggan Dapoer Mom Alena yang kemudian diubah menjadi data numerik menggunakan Skala Likert. Berdasarkan skala pengukurannya, data yang dikumpulkan termasuk data ordinal atau interval (tergantung pada interpretasi hasil Skala Likert dalam analisis statistik).

3.4.2 Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Pada penelitian ini, sumber data diklasifikasikan menjadi dua:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2020). Metode pengumpulan data untuk

mendapatkan data primer adalah wawancara. Dalam wawancara ini menggunakan alat bantu kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2020).

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yaitu pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada konsumen Dapoer Mom Alena. Data kuesioner ditentukan dengan menggunakan Skala *Likert* yaitu skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pertanyaan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur.

Sedangkan Skala *Likert* dalam penelitian ini dengan penilaian sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Skala Likert

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

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, melalui pihak lain atau media perantara. Data sekunder ini digunakan sebagai data pendukung dan pelengkap. Sumber data sekunder meliputi

1. Studi literatur, buku referensi, dan jurnal ilmiah (terkait konsep *Customer Relationship Management* dan *Customer Loyalty*).

2. Data internal UMKM Dapoer Mom Alena (seperti profil usaha, sejarah, dan data pelanggan bulan Desember 2025 dan bulan Januari 2026 yang menjadi populasi penelitian).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner melalui *google form*. Kuesioner adalah instrumen yang berupa daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diisi oleh responden untuk mendapatkan data yang efisien dan akurat (Sugiyono, 2021). Proses pengumpulan data diawali dengan:

1. Perencanaan Awal

   Merumuskan tujuan dan menyesuaikan pertanyaan kuesioner agar sesuai dengan konteks dan sampel penelitian saat ini (karena pertanyaan sudah terstandarisasi).

1. Validasi Ahli (*Expert Judgment*)

   Melibatkan validasi ahli untuk memastikan relevansi kontekstual dari pertanyaan yang sudah disesuaikan.

2. Konversi dan Penyebaran

   Mengkonversi kuesioner final ke *Google Form*, dilanjutkan dengan penyebaran cepat kepada responden target.

3. Pengolahan Data

   Data yang terkumpul kemudian diolah melalui analisis statistik.

4. Interpretasi Akhir

   Membandingkan temuan yang dihasilkan dengan hasil dari penelitian terdahulu yang menjadi sumber instrumen untuk memperkaya pemahaman dan kesimpulan penelitian saat ini.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari (Sugiyono, 2020).

Berikut disajikan tabel mengenai masing-masing variabel dan indikatornya:

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Customer Orientation (X_1)	Orientasi perusahaan dalam memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan.	1. Mendengarkan umpan balik pelanggan 2. Pemahaman kebutuhan konsumen 3. Inovasi dan adaptasi produk	(H.ASEP et al., 2024)
Customer Interaction Management (X_2)	Pengelolaan komunikasi dan interaksi dengan pelanggan baik secara langsung maupun digital	1. Aksesibilitas saluran digital 2. Responsivitas dan konsistensi komunikasi 3. Penanganan keluhan pelanggan 4. Integritas interaksi	(Sudarwati & Izzaty, 2022)
Customer Retention (X_3)	Upaya mempertahankan pelanggan agar terus melakukan pembelian ulang	1. Konsistensi pelayanan 2. Program penghargaan 3. Komitmen internal pelayanan	(M. E. Hermawan, 2025)
Technology-Based CRM (X_4)	Pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan hubungan pelanggan.	1. Manajemen data sistematis 2. Aksesibilitas digital 3. Mengatasi keterbatasan sumber daya	(Muzakar et al., 2024)
Customer Loyalty (Y)	Komitmen pelanggan untuk terus membeli dan merekomendasikan produk	1. Pembelian ulang 2. Rekomendasi kepada orang lain 3. Ketahanan terhadap pesaing	(Oktaria et al., 2024)

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik kuantitatif, yang diolah menggunakan program Statistical Product and Service Solutions (SPSS) 27.

3.7.1 Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data responden (karakteristik) dan mendeskripsikan jawaban responden per item pertanyaan dan per variabel (Sugiyono, 2022).

3.7.2 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

   Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2019). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel pada tingkat signifikansi tertentu, atau melalui korelasi *Pearson Product Moment* dan nilai signifikansi (Sig.) pada output SPSS. Instrumen dinyatakan valid jika r hitung > r tabel dan nilai Sig. < 0,05.

2. Uji Reliabilitas

   Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur konsistensi instrumen (kuesioner). Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu (Sugiyono, 2019). Pengujian ini menggunakan metode Cronbach’s Alpha. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach’s Alpha > 0,70.

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan model regresi yang diigunakan adalah *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE).

Berikut macam-macam uji asumsi klasik tersebut:

1. Uji Normalitas

   Bertujuan untuk menguji apakah data variabel bebas dan variabel terikat dalam model regresi terdistribusi normal atau tidak. Pengujian dapat menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov atau analisis grafik Normal P-P Plot.

2. Uji Heteroskedastisitas

   Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari satu pengamatan ke pengamatan lain sehingga menimbulkan perbedaan atau heteroskedastisitas. Apabila nilai sig.yang didapat lebih besar (>) dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas

3. Uji Multikolinearitas

   Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat apakah diantara variabel independen terjadi korelasi yang sangat kuat. Ketentuan nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10,00.

3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel independen atau lebih terhadap satu variabel dependen, serta untuk mengetahui arah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2017).

3.7.5 Uji Kelayakan Model (*Goodness Of Fit*)

Pengujian *goodness of fit* digunakan untuk melihat ketepatan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian menggunakan koefisien determinasi dan uji simultan (F).

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

   Digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas (X) secara simultan dalam menjelaskan variasi variabel terikat (Y).

2. Uji Simultan (Uji F)

   Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (*Customer Loyalty*). Kriteria pengujian adalah jika F hitung > F tabel dan nilai Sig. < 0,05, maka H_0 ditolak, H_1 diterima artinya ada pengaruh yang signifikan secara simultan.

3.8 Uji Hipotesis

Teknik ini digunakan untuk mengetahui seberapa erat hubungan antar variabel, serta meramalkan bagaimana naik turunnya variabel terikat (Y) apabila nilai variabel bebas (X) dinaikkan atau diturunkan.

1. Uji Parsial (Uji t)

   Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah setiap variabel bebas secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (*Customer Loyalty*). Kriteria pengujian adalah jika t hitung > t tabel dan nilai Sig. < 0,05, maka H_0 ditolak, H_1 diterima artinya ada pengaruh yang signifikan secara parsial.