

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan**

Metode penelitian merupakan suatu langkah peneliti dalam mengumpulkan serta memperoleh informasi maupun data yang berhubungan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2019:2), Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Tujuan adanya metode penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran kepada peneliti tentang bagaimana penelitian dilakukan, sehingga permasalahan dapat diselesaikan. Secara umum tujuan penelitian untuk menggambarkan, membuktikan, mengembangkan, menemukan, dan untuk menciptakan (Sugiyono, 2019:5).

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel yang bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2018:147). Metode deskriptif digunakan untuk mengetahui Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan loyalitas member di Amity Studio Bandung.

Metode verifikatif merupakan suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori, dan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak (Sugiyono, 2018:36).

Metode ini juga digunakan untuk menguji pengaruh atau bentuk hubungan sebab-akibat dari masalah yang sedang diselidiki atau diajukan dalam hipotesis. Metode verifikatif dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk loyalitas member *Fitness center* di Amity Studio Bandung.

Berdasarkan sifat penelitian yaitu deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Menurut Sugiyono (2019:57), Metode penelitian survey adalah:

“Metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, Teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan”

### **3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Definisi dan operasional variabel pada penelitian adalah unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan pelanggan dan loyalitas member. Di mana variabel-variabel tersebut masing-masing didefinisikan dan dibuat operasionalisasi variabelnya berdasarkan dimensi, indikator, ukuran dan skala penelitian yang digunakan untuk menyusun pernyataan kuesioner kepada responden.

### 3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Sugiyono (2019:68), menjelaskan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi 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 (Sugiyono, 2019:67).

Penelitian ini terdiri atas tiga jenis variabel yang digunakan, yaitu variabel bebas (*independen*), variabel terikat (*dependen*) dan variabel *intervening*. Variabel-variabel tersebut adalah Kualitas pelayanan (X), Kepuasan pelanggan (Y), dan Loyalitas member (Z). Adapun dari masing-masing variabel didefinisikan sebagai berikut:

#### 1) Variabel *independen* (X)

Variabel *independen* biasa dikenal atau disebut dengan variabel bebas (Juanim, 2020:45), dan biasa disimbolkan dengan simbol X. Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Variabel *independen* merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (Sugiyono, 2019:69). Dalam penelitian ini variabel *independen* yang digunakan adalah Kualitas pelayanan. Menurut Fandy Tjiptono (2016:149) dalam bukunya yang berjudul “*Service, Quality & Satisfaction*” mengatakan bahwa kualitas jasa menurut Parasuraman adalah ukuran dari layanan yang disampaikan dengan kinerja

pelayanan yang diharapkan. Lebih jauh Parasuraman yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2016:283) menjelaskan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan, dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

## 2) Variabel *Intervening* (Y)

Tuckman dalam Sugiyono (2019:70), mengemukakan bahwa Variabel *intervening* adalah:

“Variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel *independen* dengan variabel *dependen* menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak diantara variabel *independen* dan *dependen*, sehingga variabel *independen* tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel *dependen*”.

Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah Kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller yang dialihbahasakan oleh Bob Sabran (2016:153), menyatakan bahwa: “*Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expectations*”. Artinya kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi.

## 3) Variabel *dependen* (Z)

Sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel *dependen* merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019:69). Dalam penelitian ini, variabel *dependen* yang digunakan adalah Loyalitas Member. Menurut Jill Griffin dialihbahasakan Dwi Kartini (2015:56), menyatakan bahwa Loyalitas adalah perilaku konsumen yang melakukan pembelian rutin atau berulang, didasarkan pada unit pengambilan keputusan.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel penelitian merupakan penjabaran secara rinci mengenai definisi masing-masing variabel, dimensi variabel, indikator variabel, ukuran variabel dan skala pengukuran variabel yang kemudian digunakan untuk menyusun kuesioner baik dalam bentuk pertanyaan maupun pernyataan. Agar variabel dapat diukur dengan menggunakan instrumen atau alat ukur yang baik dan tepat, maka variabel harus diberi batasan dengan melakukan pendefinisian terhadap variabel yang dikenal sebagai operasionalisasi variabel (Juanim, 2020:43).

Indikator setiap masing-masing dari variabel diukur yaitu dengan cara merubah skala ordinal menjadi skala interval. Skala ordinal merupakan skala yang mencakup skala nominal ditambah suatu urutan atau jenjang yang mengikuti suatu kategori tertentu sehingga diperoleh peringkat atau *ranking*. Sedangkan skala interval sama dengan skala ordinal namun peringkat antara satu kategori dengan kategori yang lainnya mempunyai arti. Dalam skala ini, perbandingan nilai antara jarak satu data dengan data yang lain adalah sama (Juanim, 2020:51).

Secara lebih rinci, operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1 sebagai berikut.

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
<b>Kualitas Pelayanan (X)</b>  Kualitas jasa menurut Parasuraman adalah ukuran dari layanan yang disampaikan dengan kinerja	1. Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	a. Kemampuan staff/ instruktur	Tingkat kemampuan staff/instruktur dalam melayani konsumen	Ordinal	1
		b. Penyampaian pelayanan	Tingkat penyampaian pelayan yang diberikan oleh staff/instruktur	Ordinal	2

Lanjutan Tabel 3.1					
Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
<p>pelayanan yang diharapkan.</p> <p><b>Fandy Tjiptono (2016:149)</b></p>	2. Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	a. Kesigapan merespon	Tingkat kesigapan pelayanan dalam menjawab pertanyaan/ keluhan konsumen	Ordinal	3
		b. Kecepatan dan ketepatan pelayanan	Tingkat kecepatan dalam melayani konsumen	Ordinal	4
<p>Lebih jauh lagi dijelaskan bahwa Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan, dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan”.</p> <p><b>Parasuraman yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2016:283)</b></p>	3. Jaminan atau kepastian ( <i>Assurance</i> )	a. Menumbuhkan rasa percaya para pelanggan	Tingkat menumbuhkan kepercayaan terhadap pelanggan	Ordinal	5
		b. Keamanan dan keselamatan	Tingkat keamanan dan keselamatan dalam melakukan aktivitas	Ordinal	6
		c. Kesopanan dan keramahan	Tingkat kesopanan dan keramahan staff/instruktur kepada pelanggan/member	Ordinal	7
	4. Empati ( <i>Emphaty</i> )	a. Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan konsumen	Tingkat kesungguhan staff dalam mengutamakan kepentingan konsumen	Ordinal	8
		b. Kemudahan	Tingkat kemudahan dalam menggunakan dan mendapatkan layanan (informasi, pembayaran, lokasi, instruktur)	Ordinal	9
		c. Perhatian khusus	Tingkat memberikan perhatian khusus misalnya konsultasi, peraturan, secara individu kepada para pelanggan/member	Ordinal	10
	5. Bukti Nyata atau Fisik ( <i>Tangible</i> )	a. Fasilitas	Tingkat kelayakan dan ketersediaan fasilitas, peralatan, ruang ganti/ <i>locker</i>	Ordinal	11
		b. Penampilan staff/ instruktur	Tingkat kerapihan, dan kesan yang ditunjukan atas penampilan staff/ instruktur	Ordinal	12

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
<p><b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b></p> <p><i>“Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expectations”.</i></p> <p>Artinya kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi.</p> <p><b>Kotler dan Keller yang dialihbahasakan Bob Sabran (2016:153)</b></p>	1. Kinerja ( <i>Performance</i> )	a. Kepuasan atas kemampuan perusahaan dalam melayani pelanggan dengan tepat	Tingkat kepuasan atas kemampuan perusahaan dalam melayani pelanggan dengan tepat	Ordinal	13
		b. Kepuasan atas kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan	Tingkat Kepuasan atas kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan	Ordinal	14
		c. Kepuasan atas kualitas program yang diberikan	Tingkat kepuasan atas kualitas program yang diberikan	Ordinal	15
		d. Kesesuaian antara harga yang diberikan dengan keinginan	Tingkat kesesuaian antara harga yang diberikan dengan keinginan	Ordinal	16
	2. Harapan ( <i>Expectation</i> )	a. Kesesuaian harapan terhadap kualitas program	Tingkat kesesuaian harapan terhadap kualitas program	Ordinal	17
		b. Kepuasan atas kemampuan perusahaan melayani pelanggan dibandingkan dengan pesaing	Tingkat kepuasan atas kemampuan perusahaan melayani pelanggan dibandingkan dengan pesaing	Ordinal	18
		c. Kesesuaian harapan terhadap harga	Tingkat kesesuaian harapan terhadap harga program	Ordinal	19
<p><b>Loyalitas Member (Z)</b></p> <p>Loyalitas adalah perilaku konsumen yang melakukan pembelian rutin atau berulang, didasarkan pada unit pengambilan keputusan.</p> <p><b>Jill Griffin dialihbahasakan Dwi Kartini Yahya (2015:56)</b></p>	1. <i>Repeat Buyer</i> (melakukan pembelian ulang)	Pembelian ulang pelanggan terhadap program yang ditawarkan	Tingkat pembelian ulang pelanggan terhadap program yang ditawarkan	Ordinal	20
	2. <i>Purchases across product and service lines</i> (melakukan pembelian antar lini produk/ jasa)	Pembelian produk dan jasa lain yang ditawarkan Amity studio	Tingkat pembelian produk dan jasa lain yang ditawarkan Amity studio	Ordinal	21
	3. <i>Refers other</i> (merefersikan kepada orang lain)	Ketersediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain	Tingkat kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain	Ordinal	22

Lanjutan Tabel 3.1					
Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
	4. <i>Demonstrates immunity to the full of competitions</i> (menunjukkan daya tahan terhadap produk pesaing).	Kekebalan terhadap tarikan dari pesaing atau tidak mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing	Tingkat kekebalan pelanggan terhadap tarikan dari pesaing	Ordinal	23

Sumber: Hasil olah data oleh peneliti (2022)

### 3.3 Populasi dan Sampel

Penelitian pada dasarnya dilakukan untuk menemukan solusi atas permasalahan-permasalahan yang terjadi, sehingga pada prosesnya membutuhkan objek atau subjek sebagai bahan yang akan diteliti. Objek atau subjek tersebut akan menghasilkan data yang sesuai untuk menyelesaikan permasalahan-permasalah dalam penelitian. Namun untuk itu penentuan populasi dan sampel diperlukan, tujuannya agar data yang diperoleh benar-benar sesuai dengan apa yang diharapkan.

Populasi merupakan segala sesuatu yang dijadikan objek penelitian, dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Setelah menentukan populasi yang akan diteliti, kemudian untuk mempermudah pengelolaan data maka akan diambil bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Di mana penentuan sampel penelitian dapat diperoleh melalui teknik *sampling* tertentu. Berikut dijelaskan mengenai populasi, sampel, dan teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini.

### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2019:126). Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada subyek atau obyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan atau member Amity Studio Bandung. Berikut merupakan data jumlah member di Amity Studio Bandung pada bulan Januari – Juli 2022.

**Tabel 3.2**  
**Populasi Member Amity Studio Bandung**  
**Periode Januari - Juli Tahun 2022**

No	Bulan	Jumlah Member (Orang)
1	Januari	1.549
2	Februari	1.392
3	Maret	1.579
4	April	1.621
5	Mei	1.422
6	Juni	1.527
7	Juli	1.499
<b>TOTAL</b>		<b>10.589</b>

Sumber: Amity Studio Bandung (2022)

Berdasarkan Tabel 3.2, diketahui bahwa jumlah member aktif selama tujuh bulan pada tahun 2022 di Amity Studio Bandung yaitu sebanyak 10.589 orang, maka untuk mencari populasi di Amity Studio Bandung untuk kepentingan penelitian yaitu dengan menggunakan rata-rata jumlah member per bulan Amity Studio Bandung. Maka didapatkan hasil rata-rata member per bulan yaitu:

$$\text{Rata-rata jumlah member per bulan} = \frac{10.589}{7} = \mathbf{1.513}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh jumlah populasi rata-rata member per bulan di Amity Studio Bandung dalam penelitian ini adalah sebanyak **1.513** orang.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif atau mewakili (Sugiyono, 2019:127). Sejalan dengan yang dikemukakan Arikunto (2019:109), bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil representatif dari populasi yang akan diteliti. Perbedaan utama dari populasi dan sampel adalah jumlah yang diambilnya. Populasi melibatkan seluruh kelompok yang akan diteliti. Sementara sampel hanya mengambil sebagian dari populasi, misalnya hanya 15% atau 25% saja dari total populasi. Namun sampel harus benar-benar dapat mewakili karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus Slovin. Cara menentukan ukuran sampel dengan menggunakan metode slovin, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Di mana:

- n : Jumlah sampel.
- N : Jumlah populasi
- e : Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*), Tingkat kelonggaran ketidaksesuaian pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

Jumlah populasi N sebanyak 1.513 orang dengan asumsi tingkat kesalahan (*error tolerance*) yang dapat ditolerir sebanyak 10% maka jumlah sampel adalah:

$$\text{Jadi: } n = \frac{1.513}{1+1.513(0,1)^2} = 93,80 \approx 94$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh jumlah sampel 93,80 dan dibulatkan menjadi 94. Sehingga didapat bahwa pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan jumlah populasi sebanyak 1.513 orang, maka sampel yang diambil sebanyak 94 responden.

### 3.3.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik *sampling* pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Berikut merupakan penjelasan dari kedua teknik *sampling* tersebut yang dikemukakan oleh Sugiyono (2019:129-131), yaitu:

1. ***Probability sampling***, adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi, *simple random sampling*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *sampling area*.
2. ***NonProbability Sampling***, adalah Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, Teknik sampel ini meliputi, *sampling sistematis*, *kuota*, *aksidental*, *purposive*, *jenuh*, dan *snowball*.

Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik *non probability sampling*. Adapun teknik *non probability sampling* yang digunakan yaitu *sampling insidental*. Menurut Sugiyono (2019:131), *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2019:296), Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, mengingat tujuan utama dari diadakannya penelitian adalah untuk mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber dan berbagai cara. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

#### **1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)**

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mendapatkan data primer yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap obyek yang akan diteliti. Data primer tersebut diperoleh melalui:

##### **a) Observasi**

Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Teknik pengumpulan

data dengan observasi digunakan bila berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2019:203). Dalam penelitian ini, dilakukan pengamatan secara langsung untuk mengumpulkan data yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yakni Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan loyalitas member di Amity Studio Bandung.

b) *Interview* (Wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2019:195). Wawancara dilakukan kepada beberapa member dan staff Amity Studio Bandung mengenai permasalahan yang diteliti.

c) *Kuesioner* (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019:199). Daftar pernyataan yang telah disusun, kemudian dibuat dengan media *Google Form* dan disebarakan kepada member Amity Studio Bandung secara online dengan bantuan dari media internet.

## 2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Cara lain dalam rangka mengumpulkan data diantaranya berasal dari informasi dan berbagai macam keterangan tambahan lainnya yaitu dilakukan dengan membaca sekaligus mempelajari literatur-literatur yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan data sekunder yang dapat menunjang penelitian dan bersifat lebih teoritis. Adapun cara yang dilakukan dalam pengambilan data sekunder sebagai berikut:

### a) Data dari perusahaan

Data dari Amity Studio Bandung yang meliputi profil dan sejarah organisasi, *literature* organisasi, program layanan dan lain-lain yang berhubungan dengan usaha.

### b) Jurnal penelitian

Penelaahan terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan secara ilmiah. Peneliti menelaah jurnal penelitian yang dianggap relevan dengan topik permasalahan yang berada di dalam penelitian ini.

### c) Internet

Pengumpulan data atau informasi yang sesuai dengan topik permasalahan penelitian yang di mana sudah tersedia dan dipublikasikan di internet, baik yang berbentuk jurnal, artikel, makalah ataupun karya tulis.

### 3.5 Uji Instrumen Penelitian

Berdasarkan prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Jadi instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2019:156). Instrumen penelitian yang digunakan adalah pertanyaan/ Pernyataan dari kuesioner. Suatu kuesioner atau hipotesis sangat bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *reliability* (tingkat kehandalan) dan *validity* (tingkat kesahan) yang tinggi. Uji instrumen terbagi dua yaitu uji validitas dan uji reliabilitas yang berfungsi untuk mengetahui apakah penelitian layak dipakai atau tidak.

#### 3.5.1 Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2019:175). Untuk mencari validitas sebuah item, peneliti harus mengkorelasikan skor item pertanyaan dengan skor total seluruh item pertanyaan tersebut. Jika koefisien korelasi lebih besar nilainya dari 0,3 ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) maka akan dinyatakan valid, sedangkan jika koefisien korelasinya lebih kecil nilainya dari 0,3 ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ) maka akan dinyatakan tidak valid.

Perhitungan validitas yaitu dengan menggunakan rumus *pearson product moment*, menurut Sugiyono (2019:246) rumus korelasi *product moment* yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\}\{n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Dimana:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi

$n$  = Jumlah responden

$\sum x_i$  = Jumlah skor item

$\sum y_i$  = Jumlah skor total (seluruh item)

$\sum x^2$  = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

$\sum y^2$  = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

$\sum xy$  = Jumlah dari hasil kali pengamatan variable X dan variabel Y

Hasil perhitungan setiap butir pertanyaan diuji validitasnya dengan bantuan dari media komputersasi yakni menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 24 *for windows*. Hal ini dimaksudkan untuk mempermudah dalam proses mengolah data yang telah ada. Adapun hasil dari uji validitas, dapat dilihat pada tabel *item-total statistics* di dalam *corrected item-total correlation* yang nilai ( $r_{hitung}$ ) harus  $> 0,3$  agar valid.

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefesien reliabilitas.

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2019:176). Reliabilitas menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau sejauh mana pertanyaan/pernyataan kuesioner dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan perbedaan interpretasi dalam pemahaman pertanyaan tersebut. Untuk pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) dengan bantuan dari media komputerisasi yakni menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 24 *for windows* dan dimanfaatkan untuk dapat melihat reliabilitas dari tiap instrumen yang digunakan dalam penelitian. Rumus reliabilitas sebagai berikut:

$$r_1 = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

- $r_1$  = Reliabilitas Instrumen
- $k$  = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal
- $\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varians butir
- $\sigma_t^2$  = Varians total

Pengujian reabilitas dengan *Alpha Cronbach* bisa dilihat dari nilai Alpha, jika nilai Alpha > dari nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,7 maka dapat dikatakan reliabel, begitupun sebaliknya jika nilai Alpha < dari nilai  $r_{kritis}$  yaitu 0,7 maka tidak reliabel. Selain itu dapat di lihat dengan nilai reliabilitas ( $r_{hitung}$ ) dibandingkan dengan ( $r_{kritis}$ ) yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{kritis}$  : Instrumen tersebut dikatakan reliabel
2. Jika  $r_{hitung} < r_{kritis}$  : Instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

### 3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain 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 (Sugiyono, 2019:206).

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengolah data yang diperoleh dalam suatu penelitian. Terdapat beberapa jenis metode analisis data yaitu analisis deskriptif, komparatif, dan verifikatif yang dapat digunakan dalam suatu penelitian. Metode analisis data sendiri digunakan untuk menguji akan kebenaran dari hipotesis yang telah dirumuskan. Kebenaran dari hipotesis yang telah dirumuskan dapat dibuktikan dengan data yang telah terkumpul.

Penelitian ini melakukan penyebaran kuesioner kepada para responden yang memiliki keterkaitan dalam penelitian. Oleh sebab itu, penelitian ini menggunakan skala *likert* untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi responden tentang fenomena sosial melalui kuesioner atau angket. Dengan skala *likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Alternatif Jawaban dengan Skala *Likert***

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2019:147)

Berdasarkan Tabel 3.3, dapat dilihat alternatif jawaban dan bobot nilai untuk item-item instrumen pada kuesioner. Bobot nilai ini agar memudahkan bagi responden untuk menjawab pertanyaan/ Pernyataan dalam bentuk kuesioner. Pengisian jawaban kuesioner pun dilakukan dalam bentuk *checklist* (√) di setiap kolom kuesioner, yang disebarluaskan melalui *Google Form*. Ketika data tersebut terkumpul, kemudian dilakukan suatu pengolahan data yang disajikan dalam bentuk tabel dan harus dianalisis.

Data yang dianalisis menggunakan analisis deskriptif atas variabel *Independen*, *dependen* dan *intervening* yang selanjutnya akan dilakukan suatu pengklasifikasian dari hasil kuesioner yang dibagikan terhadap jumlah total skor responden. Sementara data yang dianalisis menggunakan pengujian statistik untuk mengetahui bentuk hubungan antara X terhadap Y dalam membentuk Z dengan analisis jalur (*Path Analysis*). Tipe hubungan antara variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif kausalitas yaitu menguji hubungan sebab - akibat antar variabel.

### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2018:147) yang dimaksud analisis statistik deskripsi adalah:

“Statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Berdasarkan definisi tersebut, Pada penelitian ini analisis deskriptif digunakan atas variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas member yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan atau pertanyaan. Dalam mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk ke dalam kategori: sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, setuju, dan sangat setuju. Hasil penyebaran kuesioner dari responden tersebut selanjutnya dicari rata-ratanya dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Nilai Rata – Rata} = \frac{\sum(\text{Frekuensi} \times \text{Bobot})}{\sum \text{Sampel}(n)}$$

Skor rata-rata yang telah diketahui dengan cara perhitungan tersebut, hasil yang diperolehnya dimasukkan ke dalam sebuah garis kontinum dengan kecenderungan jawaban dari responden yang akan didasarkan pada nilai rata-rata skor. Kemudian, apabila hal tersebut telah dilakukan, selanjutnya akan dikelompokkan pada ruang skor yang ada. Dibawah ini adalah rumus rentang skor untuk mengkategorikannya, yakni sebagai berikut:

$$\text{NJI (Nilai Jenejang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Jawaban}}$$

Diketahui:

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Diperoleh:

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

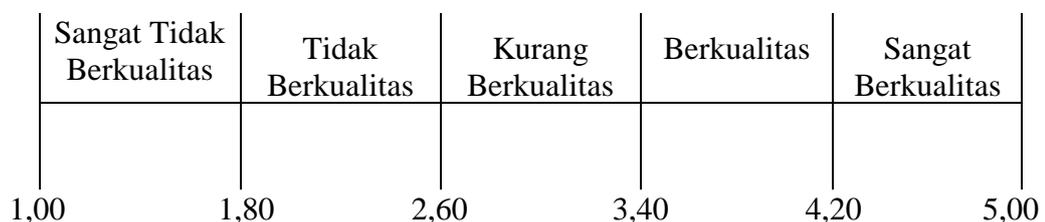
Maka dapat ditentukan kategori skalanya sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Kategori Skala**

Interval	Kriteria		
	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Member
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Berkualitas	Sangat Tidak Memuaskan	Sangat Tidak Loyal
1,81 - 2,60	Tidak Berkualitas	Tidak Memuaskan	Tidak Loyal
2,61 - 3,40	Kurang Berkualitas	Kurang Memuaskan	Kurang Loyal
3,41 - 4,20	Berkualitas	Memuaskan	Loyal
4,21 - 5,00	Sangat Berkualitas	Sangat Memuaskan	Sangat Loyal

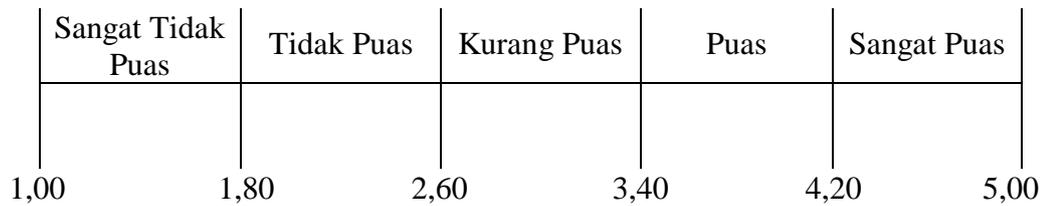
Sumber: Sugiyono (2019)

Tafsiran nilai rata-rata tersebut dapat di identifikasikan kedalam garis kontinum. Garis kontinum masing-masing variabel dapat dilihat pada Gambar berikut:



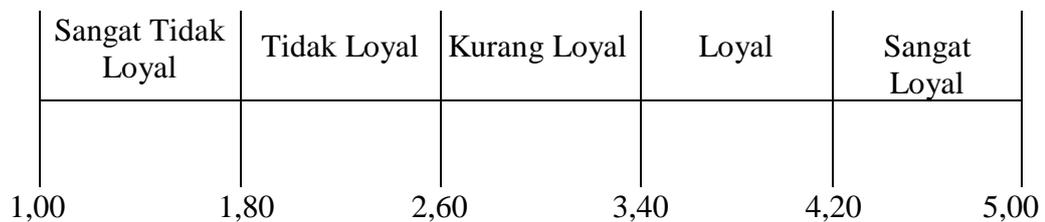
Sumber: Sugiyono (2019:148)

**Gambar 3.1**  
**Garis Kontinum Kualitas Pelayanan**



Sumber: Sugiyono (2019:148)

**Gambar 3.2**  
**Garis Kontinum Kepuasan Pelanggan**



Sumber: Sugiyono (2019:148)

**Gambar 3.3**  
**Garis Kontinum Loyalitas Member**

### 3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Analisis verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan coba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak (Sugiyono, 2018:54). Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, untuk itu penelitian ini menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*) karena variabel *independen* tidak langsung mempengaruhi variabel *dependen*. Dalam analisis jalur, pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* dapat berupa pengaruh

langsung dan tidak langsung (*direct* dan *indirect effect*), atau dengan kata lain analisis jalur memperhitungkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung (Juanim, 2020:57). Adapun beberapa pengujian yang digunakan di dalam analisis verifikatif yaitu:

### **3.6.2.1 *Method Of Successive Interval (MSI)***

Hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan sebelumnya menghasilkan data sementara yang harus diolah karena bentuknya yang masih merupakan skala ordinal. Maka untuk mempermudah dalam pengolahan data, terlebih dahulu merubah skala ordinal menjadi skala interval. Hal tersebut dikarenakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis linear berganda sebagai pengolahan datanya. Sebelum data dianalisis menggunakan metode tersebut, untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan menggunakan Teknik *Method Of Successive interval (MSI)*. Berikut ini merupakan langkah-langkah dalam menggunakan *Method of Succesive Internal (MSI)*:

- 1) Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap item pertanyaan).
- 2) Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
- 3) Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut sebagai proporsi.
- 4) Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
- 5) Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar ditentukan nilai Z.

- 6) Menentukan nilai skala (*Scale Value/SV*).

$$SV = \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Keterangan:

<i>SV (Scale Value)</i>	: Rata-rata Interval
<i>Density at Lower Limit</i>	: Kepaduan batas bawah
<i>Density at Upper Limit</i>	: Kepaduan batas atas
<i>Area Under Upper Limit</i>	: Daerah dibawah batas atas
<i>Area Under Lower Limit</i>	: Daerah dibawah batas bawah

- 7) Menghitung skor transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1 + [SVmin]$$

Pengolahan data dapat dilakukan apabila data-data yang ada telah terkumpul, kemudian data diolah dengan bantuan dari media komputerisasi yaitu dengan menggunakan program IBM SPSS 24 (*Statistical Package for Social Sciences*). Hal ini dilakukan untuk mempermudah proses pengubahan data dari skala ordinal menjadi skala interval.

### 3.6.2.2 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Menurut Juanim (2020:56), analisis jalur diartikan sebagai analisis variabel yang merupakan bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antar satu variabel dengan variabel lainnya. Sistem hubungan sebab akibat tersebut menyangkut dua jenis variabel, yaitu variabel bebas atau yang lebih dikenal dengan *independen* variabel yang biasa disimbolkan dengan huruf  $X_1, X_2, \dots, X_m$ , dan variabel terikat atau variabel yang

dipengaruhi, yang dikenal dengan *dependen* variabel yang biasa disimbolkan dengan huruf  $Y_1, Y_2, \dots, Y_n$ . Dalam analisis jalur pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* dapat berupa pengaruh langsung dan tidak langsung (*direct and indirect effect*), atau dengan kata lain analisis jalur memperhitungkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung (Juanim, 2020:57).

Penelitian ini menggunakan analisis jalur untuk memahami mengenai hubungan sebab-akibat yang terjadi antar variabel dalam penelitian ini. Hal ini dimaksudkan untuk menjelaskan pengaruh langsung antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas member dan Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas member, maupun pengaruh tidak langsung antara variabel *independen* yaitu Kualitas Pelayanan terhadap variabel *dependen* yaitu loyalitas member melalui variabel *intervening* yaitu Kepuasan pelanggan.

#### **3.6.2.2.1 Asumsi – Asumsi Analisis Jalur**

Asumsi merupakan landasan berpikir dan anggapan yang diterima sebagai dasar. Menurut Juanim (2020:61) mengemukakan bahwa untuk efektivitas penggunaan analisis jalur, diperlukan beberapa asumsi sebagai berikut:

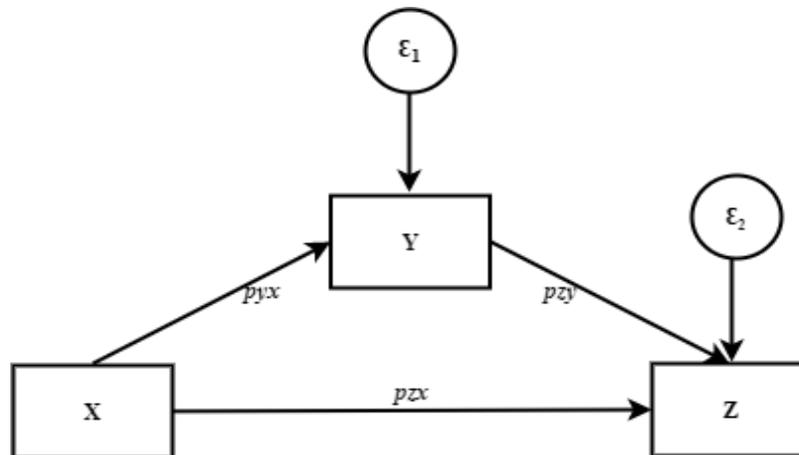
- 1) Hubungan antar variabel dalam model adalah linear dan adaptif.
- 2) Seluruh *error* (residual) diasumsikan tidak berkorelasi dengan yang lainnya.
- 3) Variabel diasumsikan dapat diukur secara langsung.
- 4) Model hanya berbentuk *recursive* atau serah.
- 5) Variabel-variabel diukur oleh skala interval.

### 3.6.2.2 Path Diagram (Diagram jalur)

Diagram jalur adalah alat untuk melukiskan secara grafis, struktur hubungan kausalitas antar variabel *independen*, *intervening* (*intermediary*), dan *dependen*. Untuk merepresentasikan hubungan kausalitas diagram jalur dengan menggunakan simbol anak panah berkepala satu (*single-headed arrow*), ini mengindikasikan adanya pengaruh langsung antara variabel eksogen atau *intervening* dan variabel *dependen*. Anak panah ini juga menghubungkan *error* dengan variabel *dependen* dan untuk merepresentasikan hubungan korelasi atau kovarian di antara dua variabel menggunakan anak panah berkepala dua (*two headed arrow*). Setiap variabel disimbolkan dalam bentuk kotak, sedangkan variabel lain yang tidak dianalisis dalam model atau *error* digambarkan dalam bentuk lingkaran (Juanim, 2020:57).

Variable-variabel yang dianalisis kausalitasnya dalam diagram jalur dibedakan menjadi dua golongan, yaitu variabel eksogen dan endogen. Variabel eksogen adalah variabel yang variabelitasnya diasumsikan terjadi oleh bukan karena penyebab-penyebab di dalam model, atau dengan kata lain variabel ini tidak ada yang mempengaruhi. Sedangkan variabel endogen adalah variabel yang variasinya dijelaskan oleh variabel eksogen ataupun variabel endogen lain dalam sistem (Juanim, 2020:59).

Model diagram jalur dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 3.4**  
**Diagram Jalur**

Keterangan:

X = Kualitas Pelayanan

Y = Kepuasan Pelanggan

Z = Loyalitas Member

$p_{yx}$  = Koefisien jalur Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

$p_{zy}$  = Koefisien jalur kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas member

$p_{zx}$  = Koefisien jalur Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas member

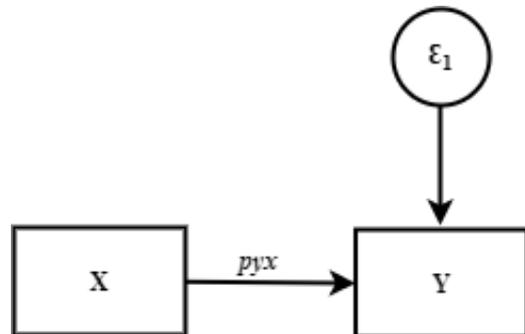
$\mathcal{E}$  = Epsilon, Pengaruh dari faktor lain

### 3.6.2.2.3 Persamaan Struktural

Disamping menggunakan diagram jalur untuk menyatakan model yang dianalisis, dalam analisis jalur juga dapat ditampilkan dalam bentuk persamaan yang biasa disebut persamaan struktural. Persamaan struktural menggambarkan hubungan sebab-akibat antara variabel yang diteliti yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematis (Juanim, 2020:60). Diagram jalur yang telah disajikan pada Gambar 3.4 dapat dibuat model persamaan struktural dengan dua buah persamaan matematis (substruktur) sebagai berikut:

### 1) Persamaan jalur Substruktur I

Persamaan jalur substruktur tersebut digambarkan sebagai berikut:



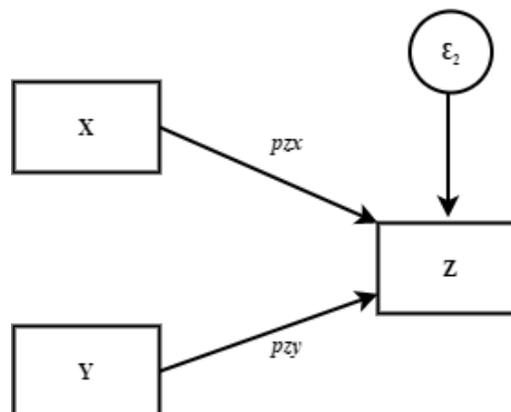
**Gambar 3.5**  
**Substruktur I : Diagram jalur X terhadap Y**

Persamaan tersebut dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = p_{yx}X + \varepsilon_1$$

### 2) Persamaan jalur Substruktur II

Persamaan jalur substruktur tersebut digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 3.6**  
**Substruktur II : Diagram Jalur X dan Y Terhadap Z**

Persamaan tersebut dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Z = p_{yx}X + p_{zy}Y + \varepsilon_2$$

### 3.6.2.2.4 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total

Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan sebelumnya, Analisis jalur memperhitungkan pengaruh langsung, tidak langsung, dan total yang dapat dilihat pada diagram jalur. Pengaruh langsung adalah pengaruh dari satu variabel *independen* ke variabel *dependen*, tanpa melalui variabel *dependen* lainnya. Sedangkan, pengaruh tidak langsung adalah situasi di mana variabel *independen* mempengaruhi variabel *dependen* melalui variabel lain yang disebut variabel *intervening (intermediary)*. Adapun yang dimaksud pengaruh total adalah penjumlahan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung. (Juanim, 2020:62). Untuk mengetahui besarnya pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan pengaruh total antara variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas member akan di jelaskan sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh Langsung (*Direct Effect (DE)*)

Pengaruh dari X terhadap Y, serta X, dan Y terhadap Z, atau lebih sederhananya dapat disajikan sebagai berikut.

- a)  $DE_{yx} : X \rightarrow Y; P_{yx}$
- b)  $DE_{zx} : X_1 \rightarrow Z; P_{zx}$
- c)  $DE_{zy} : Y \rightarrow Z; P_{zy}$

#### 2. Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect (IE)*)

Pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) adalah dari X terhadap Z melalui Y, atau lebih sederhananya yaitu:  $IE_{zyx} : X \rightarrow Y \rightarrow Z; P_{yx} \cdot P_{zy}$

#### 3. Pengaruh Total (*Total Effect (TE)*)

Pengaruh total adalah penjumlahan DE dan IE ( $DE + IE$ ) sebagai berikut.

- 1)  $TE_{yx} = DE_{yx} + IE_{zyx}$
- 2)  $TE_{xy} = DE_{zx_y}$
- 3)  $TE_{zy} = DE_{zy}$

### 3.6.2.2.5 Analisis Korelasi

Analisis korelasi merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat hubungan atau kekuatan korelasi antara variabel Kualitas pelayanan (X) terhadap Kepuasan pelanggan (Y), serta kualitas pelayanan (X) dan Kepuasan pelanggan (Y) terhadap Loyalitas member (Z). Korelasi yang digunakan adalah korelasi berganda, dengan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$R = \frac{Jk_{regresi}}{\sum Y^2}$$

Dimana:

- R = Koefisien korelasi berganda
- $JK_{regresi}$  = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi
- $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat total korelasi

Mencari JKreg dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Jk_{regresi} = \beta_1 \sum X_1 Y + \beta_2 \sum X_2 Y$$

Mencari  $\sum Y^2$  menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}$$

Khusus untuk program SPSS menu analisis regresi, koefisien korelasi ditunjukkan oleh output yang dinamakan *Model Summary* yang dinyatakan sebagai R. Berdasarkan nilai R yang diperoleh, maka dapat dikonotasikan dengan  $-1 < R < 1$  yang dapat diasumsikan sebagai berikut:

- a. Jika koefisien korelasi ( $R$ ) positif, maka variabel-variabel berkorelasi positif, artinya jika suatu variabel mengalami kenaikan atau penurunan nilai maka variabel yang lainnya juga akan naik atau turun.
- b. Jika koefisien korelasi ( $R$ ) negatif maka variabel-variabel berkorelasi negatif, artinya jika satu variabel mengalami kenaikan maka variabel lainnya mengalami penurunan nilai begitupun sebaliknya.
- c. Jika koefisien korelasi ( $R$ ) bernilai 0 (nol) maka variabel tidak menunjukkan korelasi.

Interpretasi terhadap hubungan korelasi atau seberapa besarnya pengaruh variabel-variabel tidak bebas agar dapat diketahui dengan jelas, yaitu menggunakan pedoman yang dikemukakan Sugiyono (2019:248). Berikut adalah tabel interpretasi mengenai hubungan korelasi antar variabel:

**Tabel 3.5**  
**Interpretasi Terhadap Hubungan Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2019:248)

#### 3.6.2.2.6 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi sering didefinisikan sebagai besaran kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjalankan varian dari variabel terikatnya. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen* dengan nilai antara nol

sampai satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *independen* dalam menjelaskan variasi variabel *dependen* sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependen* (Ghozali, 2018:97).

Koefisien determinasi pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan variabel *independen* yaitu Kualitas pelayanan (X) terhadap variabel *dependen* yaitu kepuasan pelanggan (Y) dan loyalitas member (Z) yang dinyatakan dalam bentuk persentase (%). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi simultan dan analisis koefisien determinasi parsial, yang dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Analisis koefisien determinasi simultan digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase dari hubungan variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara simultan dengan menggunakan rumus koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu sebagai berikut:

$$kd = r^2_{xy} \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Nilai Koefisien Determinasi

$r^2_{xy}$  = koefisien korelasi

Dengan kriteria untuk analisis koefisien determinasi yaitu:

- a) Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* lemah.
- b) Jika Kd mendekati angka satu (1), berarti pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* kuat.

## 2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya kontribusi yang diberikan masing-masing variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara terpisah (parsial). Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial adalah:

$$Kd = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan:

Kd	= Nilai Koefisien Determinasi
$\beta$	= Beta (nilai <i>Standardized coefficients</i> )
Zero Order	= Matriks Korelasi variabel <i>independen</i> dengan variabel <i>dependen</i> .

Dengan kriteria untuk analisis koefisien determinasi yaitu:

- a) Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* lemah.
- b) Jika Kd mendekati angka satu (1), berarti pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* kuat.

### 3.6.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk menguji kebenaran dari hipotesis yang telah dirumuskan pada bagian sebelumnya. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta-fakta yang sudah dikumpulkan. Untuk menguji apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel-variabel yang diteliti, maka digunakan statistik uji hipotesis antara variabel Kualitas Pelayanan ( $X$ ), kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dan Loyalitas member ( $Z$ ) dilakukan dengan menggunakan uji parsial dan uji sobel, yang dijelaskan sebagai berikut:

#### 3.6.3.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji $t$ )

Uji hipotesis parsial digunakan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh variabel *independen* secara parsial terhadap variabel *dependen*. Uji hipotesis parsial yaitu dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Nilai dari  $t_{hitung}$  dapat dilihat dari hasil pengolahan data bagian *coefficient*. Adapun rumus untuk menguji hipotesis parsial menurut Sugiyono (2019:248), yaitu:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

$r$  : Korelasi Parsial

$n$  : Banyaknya Sampel

$t$  : Tingkat Signifikansi (Membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ )

Tingkat kesalahan yang dapat ditolerir atau tingkat signifikansinya dalam penelitian ini sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Hasil dari pengujian  $t_{hitung}$  harus dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  sebagai berikut:

- a) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan tingkat signifikansi  $< \alpha$  (0,05), maka variabel *independen* secara individual berpengaruh terhadap variabel *dependen* ataupun  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (yang memiliki arti signifikan).
- b) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan apabila tingkat signifikansi  $\geq \alpha$  (0,05), maka variabel *independen* secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel *dependen* ataupun  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (yang memiliki arti tidak signifikan).

Kemudian akan diketahui hipotesis dalam penelitian ini secara parsial, apakah terdapat pengaruh dari variabel *independen* terhadap variabel *dependen* ditolak atau tidak, adapun hipotesis secara parsial dapat dijelaskan ke dalam bentuk statistik berikut:  $H_a : \rho_{yx} > 0$ ;  $H_0 : \rho_{yx} = 0$

$H_0 : \rho_{yx} = 0 \rightarrow$  Artinya tidak terdapat pengaruh variabel *Independen* terhadap variabel *dependen*.

$H_a : \rho_{yx} \neq 0 \rightarrow$  Artinya terdapat pengaruh variabel *Independen* terhadap variabel *dependen*.

Hipotesis penelitian yang akan diuji meliputi:

1. Hipotesis 1: Kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan (Y).

$H_0: \rho_{yx} = 0 \rightarrow$  Artinya tidak terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

$H_a: \rho_{yx} \neq 0 \rightarrow$  Artinya terdapat Pengaruh variabel Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Hipotesis 2: Kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap loyalitas member (Z).

Ho:  $p_{zx} = 0 \rightarrow$  Artinya tidak terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas member.

Ha:  $p_{zx} \neq 0 \rightarrow$  Artinya terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas member.

3. Hipotesis 3: Kepuasan pelanggan (Y) berpengaruh terhadap loyalitas member (Z).

Ho:  $p_{zy} = 0 \rightarrow$  Artinya tidak terdapat pengaruh variabel Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas member.

Ha:  $p_{zy} \neq 0 \rightarrow$  Artinya terdapat pengaruh variabel Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas member.

### 3.6.3.2 Uji Pengaruh Mediasi (Sobel Test)

Pengujian hipotesis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh mediasi yaitu Kepuasan Pelanggan. Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dalam Ghozali (2018:244) dan dikenal dengan Uji Sobel (*Sobel Test*). Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel *independen* (X) kepada variabel *dependen* (Z) melalui variabel *intervening* (Y). Rumus uji Sobel adalah sebagai berikut:

$$Sab = \sqrt{b^2 sa^2 + a^2 Sb^2 + sa^2 Sb^2}$$

Dengan keterangan:

Sab : Besarnya standar eror pengaruh tidak langsung

a : Jalur variabel *independen* (X) dengan variabel *intervening* (Y)

b : Jalur variabel *intervening* (Y) dengan variabel *dependen* (Z)

sa : Standar eror koefisien a

sb : Standar eror koefisien b

Sementara untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka kita perlu menghitung nilai  $t$  dari koefisien dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{Sab}$$

Nilai  $t_{hitung}$  ini dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$ , jika nilai  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$  maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi. Asumsi uji sobel memerlukan jumlah sampel yang besar, jika jumlah sampel kecil, maka uji sobel kurang konservatif (Ghozali, 2018). Untuk melihat *indirect effect* tidak dapat dilakukan dengan SPSS, sehingga dilakukan dengan alat uji yaitu menggunakan *Calculation for the Sobel Test* yang tersedia di web <http://quantpsy.org/> dan dibutuhkan informasi dengan memasukkan *original sample* dan *standard error* dari setiap variable independennya terhadap variable dependen jika ada mediator dan tanpa mediator.

Adapun hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan menjadi hipotesis statistik:  $H_a: pzyx > 0$  dan  $H_0: pzyx = 0$ .

Hipotesis penelitian yang akan diuji adalah:

1. Hipotesis 4: Kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara tidak langsung terhadap

Loyalitas Member (Z) melalui Kepuasan Pelanggan (Y).

$H_0: pzyx = 0 \rightarrow$  Artinya tidak terdapat pengaruh tidak langsung variabel kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Member melalui Kepuasan Pelanggan.

$H_a: pzyx \neq 0 \rightarrow$  Artinya terdapat pengaruh tidak langsung variable kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Member melalui Kepuasan Pelanggan.

### 3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengkaji objek mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas member *Fitness center*. Kemudian lokasi dilakukannya penelitian ini yaitu di Amity Studio Bandung yang beralamat di Jl. Gandapura No.55, Merdeka, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Waktu dilaksanakannya penelitian ini terhitung dari bulan September 2022 sampai dengan selesai.

### 3.8 Rancangan Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019), dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D menjelaskan bahwa: “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Kuesioner yang dirancang dalam penelitian ini bersifat tertutup yang di mana jawabannya dibatasi atau sudah ditentukan sebelumnya. Jumlah pernyataan kuesioner ditentukan berdasarkan indikator variabel penelitian sebagai jumlah dan bentuk pertanyaannya. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala *likert*, di mana setiap jawaban akan diberikan skor dengan kriteria sebagai berikut:

- |                              |               |
|------------------------------|---------------|
| a) Sangat Setuju (SS)        | diberi skor 5 |
| b) Setuju (S)                | diberi skor 4 |
| c) Kurang Setuju (KS)        | diberi skor 3 |
| d) Tidak Setuju (TS)         | diberi skor 2 |
| e) Sangat Tidak Setuju (STS) | diberi skor 1 |

Kuesioner akan dibagikan kepada member Amity Studio Bandung yang dijadikan sampel penelitian. Kuesioner tersebut terdiri dari 23 pernyataan yaitu 12 pernyataan mengenai kualitas pelayanan (*X*), 7 pernyataan mengenai kepuasan pelanggan (*Y*) dan 4 pernyataan mengenai loyalitas member (*Z*).