

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian dengan maksud untuk mengungkapkan gejala secara holistik-kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri dengan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrument kunci (Priadana & Sunarsi, 2021). Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependen). Variabel bebas (independen) terdiri dari lokasi, kualitas pelayanan, dan *word of moouth* sedangkan variabel terikat (dependen) yaitu keputusan menjadi member. Maka penelitian ini sebagai pengukurannya menggunakan analisis linier berganda, sehingga dapat di uji hipotesis dengan menyatakan apakah memiliki pengaruh atau tidak antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).

3.2. Objek Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2014) objek penelitian merupakan suatu riset sendiri dapat berupa sifat dari seseorang ataupun kelompok orang, kemudian ditemukan masalah atau pandangan dari kelompok orang yang perlu di teliti lebih mendalam. Objek penelitian adalah suatu variabel pokok yang terdapat di dalam penelitian sebagai bahan untuk diteliti. Sedangkan, subjek penelitian adalah orang atau tempat yang didalamnya terdapat objek penelitian. Objek pada penelitian ini X1 atau variabel independen yaitu lokasi, X2 atau variabel independen yaitu kualitas pelayanan, X3

atau variabel independen yaitu *word of mouth*, sedangkan variabel dependen atau Y yaitu keputusan menjadi member.

Pada penelitian ini, tempat yang menjadi subjek adalah Faris Fitness Lumajang. Di mana tempat pusat kebugaran yang banyak orang ketahui khususnya warga lokal sehingga diperlukan penelitian ilmiah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara lokasi, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* terhadap keputusan menjadi member pada Faris Fitness Lumajang.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini terdapat jenis dan sumber yaitu, sebagai berikut:

3.3.1. Jenis Data

a) Data primer

Data primer adalah suatu penelitian yang diperoleh langsung dari sumbernya dengan melakukan pengukuran, menghitung sendiri dalam bentuk angket, observasi, wawancara dan lain-lain (Priadana & Sunarsi, 2021). Data penelitian ini diperoleh langsung dari hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu member aktif Faris Fitness Lumajang. Dalam kuesioner berisi tentang beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi member pada Faris Fitness Lumajang yang mencakup lokasi, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* (WOM).

b) Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung dari orang lain, kantor yang berupa laporan, profil, buku pedoman, atau pustaka (Priadana & Sunarsi, 2021). Pada penelitian ini, data sekunder diperoleh dari

beberapa buku, artikel atau jurnal, media internet, dan lainnya yang berhubungan dengan objek penelitian.

3.3.2. Sumber Data

Data internal adalah diperolehnya data dari dalam organisasi yang diteliti, dan data eksternal adalah diperolehnya data dari luar organisasi yang diteliti (Paramita et al., 2021). Data internal dalam penelitian ini diperoleh melalui Faris Fitness Lumajang, dan diperolehnya data eksternal dari member aktif di Faris Fitness Lumajang.

3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Adapun populasi, sampel, maupun teknik sampling yang terdapat pada penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

3.4.1. Populasi

Populasi adalah seluruh elemen yang digabungkan dengan bentuk peristiwa, suatu karakteristik serupa yang dimiliki oleh orang atau hal lainnya sebagai pusat perhatian seorang peneliti karena dapat dijadikan sebagai sebuah semesta penelitian, misalnya peneliti ingin memahami tingkat perataan laba pada perusahaan manufaktur yang go publik, maka populasinya seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia pada tahun pengamatan (Paramita, 2015). Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh member aktif Faris Fitness Lumajang.

3.4.2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila populasinya besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua

yang terdapat pada populasi misalnya karena terbatasnya dana, tenaga dan waktu. Maka, peneliti dapat menggunakan sampel yang diperoleh dari populasi tersebut. wawasan yang didapatkan dari sampel, juga dapat diterapkan pada populasi. Jadi, sampel yang diperoleh dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili) (Sugiyono, 2015).

Adapun penelitian ini, metode yang digunakan dalam menentukan ukuran sampel yaitu dikemukakan oleh Roscoe dalam (Sugiyono, 2015) yang memberikan saran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Berdasarkan pandangan Roscoe tersebut, maka pada penelitian ini ukuran sampel yang digunakan untuk penelitian yaitu pada nomor urut ketiga. Di mana dalam ukuran sampel ketiga tersebut, jika melakukan penelitian sebagai analisis linier berganda pada penentuan sampel maka diperoleh dari jumlahnya variabel

pada penelitian ini yaitu tiga variabel bebas (independen) terdiri dari lokasi, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* (WOM) serta satu variabel bebas (dependen) yaitu keputusan menjadi member. Maka sampel yang akan diambil dari variabel independen dan dependen tersebut berjumlah 4 variabel x 20 responden = 80 sampel responden. Sehingga pengisian kuesioner dalam penelitian ini yaitu 80 responden sesuai perhitungan sampel tersebut.

3.4.3. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Terdapat berbagai teknik sampling dalam penentuan sampel dalam penelitian ini yang akan digunakannya (Sugiyono, 2015). Dalam teknik sampling ada beberapa cara dalam sebuah penelitian untuk sampel yang akan diidentifikasi. Dalam penelitian ini, *insidental sampling* yang akan digunakan pada teknik samplingnya. Menurut (Sugiyono, 2015) *incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, maksudnya siapa saja yang secara kebetulan atau tidak disengaja bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sampel, jika yang bertemu tersebut cocok sebagai sumber data.

3.5. Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

Adapun variabel penelitian, definisi konseptual, dan operasional yang terdapat pada penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

3.5.1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah komponen yang sudah ditentukan oleh seorang peneliti untuk diteliti agar mendapatkan jawaban yang sudah dirumuskan yaitu

berupa kesimpulan penelitian (Sahir, 2021). Pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen).

a. Variabel Independen

Menurut (Priadana & Sunarsi, 2021) variabel independen adalah variabel yang memiliki kemungkinan teoritis serta variabel penyebab sehingga dapat berdampak pada variabel yang lain. Variabel bebas (independen) pada penelitian ini yaitu lokasi, kualitas pelayanan, dan *word of mouth*. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1) Lokasi

Menurut Suparyanto (2015) dalam (Hotimah et al., 2018) Lokasi adalah salah satu faktor penting dalam aktifitas usaha. Memilih lokasi berdagang juga sangat penting untuk membujuk pelanggan agar datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat juga menentukan tercapainya tujuan badan usaha.

2) Kualitas pelayanan

Menurut Kotler (2002) dalam (Hotimah et al., 2018) kualitas pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain.

3) *Word of mouth*

Menurut Hasan (2010) dalam (Syamsiah et al., 2018) *word of mouth* adalah sebuah bentuk tertua dari periklanan, dimana orang-orang memberikan informasi dan membuat rekomendasi jujur kepada orang lain tentang merek, produk, barang atau jasa, dan layanan.

b. Variabel Dependen

Menurut (Priadana & Sunarsi, 2021) variabel dependen adalah variabel yang terstruktur pada keilmuan menjadi variabel yang disebabkan oleh adanya perubahan pada variabel lainnya. Adapun variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan menjadi member. Menurut (Anang Firmansyah, 2018) keputusan menjadi member merupakan suatu kegiatan dalam menyelesaikan masalah individu dalam memilih secara alternatif perilaku sesuai dengan beberapa alternatif perilaku lainnya serta dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam pemilihan menjadi member sebelum melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

3.5.2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah pernyataan yang mengartikan atau memberi makna suatu konsep istilah tertentu (Pasaribu et al., 2022). Adapun definisi dari masing-masing variabel sebagai berikut:

- a. Lokasi adalah tempat tertentu yang menjadi titik referensi atau posisi dalam geografis yang memiliki koodinat tertentu. Lokasi usaha adalah tempat yang ditentukan oleh pengusaha untuk menjalankan kegiatan usaha atau bisnisnya dalam berupa produksi, distribusi, maupun pelayanan pada konsumen.
- b. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan suatu layanan yang diberikan oleh pengusaha atau karyawan perusahaan kepada konsumen, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan mereka.

- c. *Word of mouth* adalah proses komunikasi informal yang di mana seseorang menyampaikan pengalaman, pendapat, atau rekomendasi mengenai suatu produk, layanan ataupun merek terhadap orang lain dengan secara langsung maupun secara online.
- d. Keputusan menjadi member adalah suatu proses pemilihan dan komitmen individu untuk bergabung sebagai anggota dalam suatu kelompok tertentu setelah mempertimbangkan berbagai alternatif.

3.5.3. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi atau petunjuk kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur suatu variabel (Pasaribu et al., 2022). Definisi operasional pada penelitian ini akan menjelaskan beberapa indikator serta definisi operasional dari setiap variabel yaitu, sebagai berikut:

a. Lokasi

Menurut (Wahyudiono, 2020) lokasi usaha merupakan bagian dari infrastruktur yang harus ada dan tersedia secara memadai agar dapat mendukung tercapainya kegiatan usaha yang lebih baik. Tjiptono (2004) dalam (Aini, 2023) mengungkapkan bahwa lokasi terdiri dari delapan indikator yaitu:

1. Akses, yaitu suatu perjalanan menuju lokasi dengan mudah dalam sarana transportasi apapun.
2. Visibilitas, lokasi yang mudah terlihat jelas oleh calon konsumen seperti lokasinya di tepi jalan dan lainnya.
3. Lalu lintas, terdapat dua hal yaitu, sebagai berikut:

- a. Terdapat banyak orang yang berlalu-lalang pada sekitar lokasi sehingga bisa memberikan peluang besar terhadap pembelian atau penyewaan.
 - b. Lalu lintas disekitar lokasi terdapat kepadatan dan kemacetan lalu lintas yang merupakan suatu hambatan pada usahanya, misalnya terdapat pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran dan ambulan.
4. Tempat parkir yang luas serta keamanan yang terjamin.
5. Ekspansi, yaitu ketersediaan tempat usaha yang cukup luas sehingga mempermudah dalam perluasan usaha di kemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar lokasi usaha yang menjadi pendukung usahanya seperti pusat kebugaran yang berdekatan dengan toko kelengkapan olahraga atau berdekatan dengan tempat olahraga lainnya.
7. Persaingan, yaitu suatu jarak lokasi usahanya dengan lokasi pesaing.
8. Peraturan pemerintah, seperti ketentuan dari pemerintah pada pusat kebugaran yang berlokasi terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk atau tempat ibadah sehingga dapat mengganggu kegiatan mereka.

Berdasarkan dalam penelitian ini terdapat indikator tersebut, maka kuesioner disusun untuk menampung pendapat kuesioner sebagai berikut:

- 1) Akses Faris Fitnes Lumajang
 - a. Lokasi Faris Fitness Lumajang berada di tengah-tengah kota yang sangat strategis.
 - b. Akses Faris Fitness Lumajang mudah dijangkau menggunakan kendaraan.
 - c. Akses menuju Faris Fitness Lumajang dapat menggunakan transportasi umum maupun kendaraan pribadi.

- 2) Lokasi Faris Fitness Lumajang terlihat sangat jelas jika diperhatikan dari tepi jalan.
- 3) Lalu lintas Faris Fitness Lumajang.
 - a. Lalu lintas di sekitar Faris Fitness Lumajang terdapat banyaknya orang lalu-lalang dari warga lokal maupun pendatang.
 - b. Lalu lintas di sekitar Faris Fitness Lumajang jarang macet meskipun terdapat pelayanan kepolisian, ambulance dan lainnya.
- 4) Tempat parkir di Faris Fitness Lumajang.
 - a. Tempat parkir di Faris Fitness Lumajang sangat luas.
 - b. Terdapat penjaga keamanan untuk mengamankan kendaraan member yang berada di tempat parkir Faris Fitness Lumajang.
- 5) Tempat yang terdapat di Faris Fitness Lumajang cukup luas untuk menambah fasilitas dan kelengkapan alat jika dibutuhkan di kemudian hari.
- 6) Lingkungan sekitar di Faris Fitness Lumajang sangat mendukung seperti terdapatnya toko makanan dan minuman, cafe, serta tempat olahraga lainnya.
- 7) Lokasi pesaing dalam bidang pusat kebugaran tidak begitu jauh dari Faris Fitness Lumajang.
- 8) Peraturan pemerintahan pada Faris Fitness Lumajang
 - a. Lokasi pada Faris Fitness Lumajang merupakan tempat usaha yang sudah resmi dari pemerintahan.
 - b. Lokasi tempat Faris Fitness Lumajang jauh dari pemukiman dan tempat ibadah.

b. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2002) dalam (Hotimah et al., 2018) kualitas pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Kotler dan Keller (2009) dalam (Berliana & Mashadi, 2022) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa indikator pokok kualitas pelayanan yaitu, sebagai berikut:

- 1) Kehandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan produsen atau perusahaan dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan yang menjanjikan dan memuaskan konsumen.
- 2) Daya tangkap (*Responsiviness*), yaitu kemampuan karyawan dalam membantu atau menangani pelayanan dengan cepat dan tepat kepada konsumen atau pelanggan.
- 3) Kepastian (*Assurance*), yaitu pengetahuan serta kesopanan karyawan kepada konsumen atau pelanggan untuk kepercayaan konsumen.
- 4) Kepedulian (*Emphaty*), yaitu kemampuan karyawan untuk dapat memahami keinginan konsumen atau pelanggan.
- 5) Peralatan atau perlengkapan yang terwujud (*Tangible*), yaitu kemampuan produsen atau perusahaan dalam penyediaan fasilitas.

Berdasarkan dalam penelitian ini terdapat beberapa indikator tersebut, maka dapat disusun kuesioner untuk menampung pendapat responden sebagai berikut:

- 1) Kehandalan (*Reliability*)
 - a. Pelayanan pada Faris Fitness Lumajang melayani sesuai keinginan konsumen atau member.

- b. Pelayanan pada Faris Fitness Lumajang dapat memuaskan kebutuhan konsumen atau member.
- 2) Karyawan Faris Fitness Lumajang sangat responsif ketika konsumen atau member jika membutuhkan bantuan.
- 3) Kepastian (*Assurance*)
 - a. Trainer pada Faris Fitness Lumajang sudah memiliki sertifikasi pelatih.
 - b. Karyawan pada Faris Fitness Lumajang sopan dan santun saat melayani.
- 4) Karyawan Faris Fitness Lumajang memahami apa yang dibutuhkan konsumen atau member.
- 5) Peralatan atau perlengkapan yang terwujud (*Tangible*)
 - a. Fasilitas pada Faris Fitness Lumajang lengkap dan tertata rapi.
 - b. Faris Fitness Lumajang terdapat alat mesin serta manual yang modern.

c. Word Of Mouth

Menurut Hasan (2010) dalam (Syamsiah et al., 2018) *word of mouth* adalah sebuah bentuk tertua dari periklanan, dimana orang-orang memberikan informasi dan membuat rekomendasi jujur kepada orang lain tentang merek, produk, barang atau jasa, dan layanan. Sernovitz (2009) dalam (Joesyiana, 2018) mengungkapkan bahwa terdapat lima indikator dalam *word of mouth* yaitu:

- 1) *Talkers* (pembicara), kumpulan target di mana mereka yang akan membicarakan suatu merek, bisa disebut juga *influencer*. *Talkers* ini berlaku kepada siapa saja, dengan berbicara mengenai produk atau merek untuk ditawarkan dan direkomendasikan kepada orang lain.

- 2) *Topics* (topik), berkaitan dengan apa yang dibicarakan *talkers*, topik yang baik ialah topik yang simpel dan mudah dimengerti dengan bertujuan untuk menawarkan dan merekomendasikan suatu produk atau merek.
- 3) *Tools* (alat), merupakan suatu alat penyampaian *topics* oleh *talkers*, dengan adanya alat si pembicara akan lebih mudah dalam penyampaian informasi dan rekomendasi tentang produk atau merek tersebut
- 4) *Talking part* (partisipasi), suatu pembicaraan akan hilang jika cuma satu orang yang berbicara produk tersebut, maka dari itu perlu adanya orang lain untuk ikut serta dalam percakapan itu, supaya *word of mouth* berjalan dengan lancar.
- 5) *Traccking* (pengawasan), merupakan tindakan produsen atau perusahaan dalam pengawasan dan pemantauan respon konsumen, sehingga perusahaan dapat menampung serta mempertimbangkan pendapat positif atau negatif yang diperoleh dari konsumen.

Berdasarkan dalam penelitian ini terdapat beberapa indikator tersebut, maka dapat disusun kuesioner untuk menampung pendapat responden sebagai berikut:

- 1) Saya dapat merekomendasikan Faris Fitness Lumajang kepada teman dan keluarga agar menjadi lebih sehat dan jasmani dengan melakukan olahraga.
- 2) Fasilitas dan alat lengkap dan modern di Faris Fitness Lumajang sangat layak untuk saya rekomendasikan kepada teman dan keluarga.
- 3) Informasi tentang Faris Fitness Lumajang juga dapat dilihat dari sosial media masing-masing konsumen atau calon member baru.

- 4) Saya dapat mengajak teman dan keluarga untuk mencoba fasilitas dan alat di Faris Fitness Lumajang terlebih dahulu karena tersedia juga untuk member harian.
- 5) *Tracking* (pengawasan)
 - a. Saya dapat memberikan saran atau masukan kepada Faris Fitness Lumajang melalui kotak saran yang tersedia atau melalui sosial media.
 - b. Faris Fitness Lumajang akan segera memperbaiki kekurangan yang diperoleh dari saran atau masukan konsumen atau member.

d. Keputusan Menjadi Member

Menurut (Anang Firmansyah, 2018) keputusan menjadi member merupakan suatu kegiatan dalam menyelesaikan masalah individu dalam memilih secara alternatif perilaku sesuai dengan beberapa alternatif perilaku lainnya serta dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam pemilihan menjadi member sebelum melalui tahapan proses pengambilan keputusan. Kotler dan Keller dalam (Agustina et al., 2019) mengungkapkan bahwa terdapat lima indikator keputusan pembelian yaitu:

- 1) Tujuan dalam membeli sebuah produk, merupakan alasan utama konsumen untuk melakukan pembelian atau menjadi member.
- 2) Proses informasi sebagai pemilihan merek, dalam tahapan ini konsumen mencari informasi tentang produk atau layanan suatu perusahaan sebelum melakukan keputusan pembelian atau menjadi member.

- 3) Kemapanan pada sebuah produk, kemapanan suatu produk atau layanan sangat berpengaruh pada kepercayaan konsumen untuk membandingkan kualitas satu produk atau layanan dengan produk atau layanan yang lainnya.
- 4) Merekomendasikan pada orang lain, suatu tindakan konsumen dalam memberikan saran atau rekomendasi pada orang lain untuk membeli atau memutuskan menjadi member.
- 5) Melakukan pembelian, suatu tindakan terakhir konsumen dalam melakukan keputusan untuk membeli atau menjadi member.

Berdasarkan dalam penelitian ini terdapat beberapa indikator tersebut, maka dapat disusun kuesioner untuk menampung pendapat responden sebagai berikut:

- 1) Saya menjadi member di Faris Fitness Lumajang dengan tujuan untuk meningkatkan kesehatan fisik, mental, dan kualitas hidup.
- 2) Saya mendapatkan informasi tentang Faris Fitness Lumajang melalui orang sekitar atau sosial media.
- 3) Alat yang modern serta kebersihan yang terjaga merupakan salah satu alasan saya memutuskan menjadi member di Faris Fitness Lumajang.
- 4) Saya akan merekomendasikan untuk menjadi member di Faris Fitness Lumajang dengan realita yang ada.
- 5) Saya memutuskan menjadi member di Faris Fitness Lumajang dengan beberapa faktor seperti lokasi mudah di akses, fasilitas yang memadai, layanan yang memuaskan atau rekomendasi orang sekitar.

3.6. Instrumen Penelitian

Menurut (Purwanza et al., 2022) instrument penelitian adalah alat ukur yang dapat mengukur suatu variabel penelitian. Pada penelitian ini instrumen penelitiannya disusun dari beberapa indikator variabel yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka ditunjukkannya dalam tabel 3.1. berikut:

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
1	Lokasi (X1)	1) Akses	1) Akses a. Lokasi yang sangat strategis. b. Akses mudah dijangkau menggunakan kendaraan. c. Akses dapat menggunakan transportasi umum maupun kendaraan pribadi.	Ordinal	Tjiptono (2004) dalam (Aini, 2023)
		2) Visibilitas	2) Lokasi terlihat sangat jelas jika diperhatikan dari tepi jalan.		
		3) Lalu lintas	3) Lalu lintas a. Lalu lintasnya terdapat banyaknya orang lalu-lalang dari warga lokal maupun pendatang. b. Lalu lintasnya jarang macet meskipun terdapat pelayanan kepolisian, ambulance dan lainnya.		
		4) Tempat parkir	4) Tempat parkir a. Tempat parkirnya sangat luas. b. Terdapat penjaga keamanan di		

No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
			tempat parkir Faris Fitness Lumajang.		
		5) Ekspansi	5) Tempat yang terdapat di Faris Fitness Lumajang cukup luas untuk menambah fasilitas dan kelengkapan alat jika dibutuhkan di kemudian hari.		
		6) Lingkungan	6) Lingkungan sekitar di Faris Fitness Lumajang sangat mendukung seperti terdapatnya toko makanan dan minuman, cafe, serta tempat olahraga lainnya.		
		7) Persaingan	7) Lokasi pesaing dalam bidang pusat kebugaran tidak begitu jauh dari Faris Fitness Lumajang.		
		8) Peraturan pemerintah	8) Peraturan pemerintahan a. Lokasi tempat usaha yang sudah resmi dari pemerintahan. b. Lokasi jauh dari pemukiman dan tempat ibadah.		
2	Kualitas pelayanan (X2)	1) Keandalan (<i>reliability</i>)	1) Keandalan (<i>reliability</i>) a. Pelayanan pada Faris Fitness Lumajang melayani sesuai keinginan konsumen atau member. b. Pelayanan pada Faris Fitness Lumajang dapat memuaskan kebutuhan konsumen atau member.	Ordinal	Kotler dan Keller (2009) dalam Berliana & Mashadi, (2022)

No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
		2) Daya tangkap (<i>responsiveness</i>)	2) Karyawan Faris Fitness Lumajang sangat responsif ketika konsumen atau member membutuhkan bantuan.		
		3) Kepastian (<i>assurance</i>)	3) Kepastian (<i>assurance</i>) a. Trainer pada Faris Fitness Lumajang sudah memiliki sertifikasi pelatih. b. Karyawan pada Faris Fitness Lumajang sopan dan santun saat melayani.		
		4) Kepedulian (<i>emphaty</i>)	4) Karyawan memahami apa yang dibutuhkan konsumen atau member.		
		5) Peralatan atau perlengkapan (<i>tangible</i>)	5) Peralatan atau perlengkapan (<i>tangible</i>) a. Fasilitas pada Faris Fitness Lumajang lengkap dan tertata rapi. b. Faris Fitness Lumajang terdapat alat mesin serta manual yang modern.		
3	<i>Word of mouth</i> (X3)	1) <i>Talkers</i> (pembicara)	1) Saya dapat merekomendasikan Faris Fitness Lumajang terhadap teman dan keluarga agar menjadi lebih sehat dan jasmani dengan melakukan olahraga.	Ordinal	Sernovitz (2009) dalam (Joesyiana, 2018)
		2) <i>Topics</i> (topik)	2) Fasilitas dan alat lengkap dan modern di Faris Fitness Lumajang sangat layak untuk saya rekomendasikan		

No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
			kepada teman dan keluarga.		
		3) <i>Tools</i> (alat)	3) Informasi tentang Faris Fitness Lumajang juga dapat dilihat dari sosial media masing-masing konsumen atau calon member baru.		
		4) <i>Talking part</i> (partisipasi)	4) Saya dapat mengajak teman dan keluarga untuk mencoba fasilitas dan alat di Faris Fitness Lumajang terlebih dahulu karena tersedia juga untuk harian.		
		5) <i>Tracking</i> (pengawasan)	5) <i>Tracking</i> (pengawasan) a. Dapat memberikan saran atau masukkan melalui kotak saran yang tersedia atau melalui sosial media. b. Segera memperbaiki kekurangan yang diperoleh dari saran atau masukan.		
4	Keputusan menjadi member	1) Tujuan dalam membeli sebuah produk	1) Saya menjadi member di Faris Fitness Lumajang dengan tujuan untuk meningkatkan kesehatan fisik, mental, dan kualitas hidup.	Ordinal	Kotler dan Keller dalam (Agustina et al., 2019)
		2) Proses informasi sebagai pemilihan merek	2) Saya mendapatkan informasi tentang Faris Fitness Lumajang melalui orang sekitar atau sosial media.		
		3) Kemapanan pada	3) Alat yang modern serta kebersihan yang terjaga merupakan		

No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
		sebuah produk	salah satu alasan saya memutuskan menjadi member di Faris Fitness Lumajang.		
		4) Merekomendasikan pada orang lain	4) Saya akan merekomendasikan untuk menjadi member di Faris Fitness Lumajang dengan realita yang ada.		
		5) Melakukan pembelian	5) Saya memutuskan menjadi member di Faris Fitness Lumajang dengan beberapa faktor seperti lokasi mudah di akses, fasilitas yang memadai, layanan yang memuaskan atau rekomendasi orang sekitar.		

Sumber: Diolah peneliti tahun 2025

3.7. Metode Pengumpulan Data

Metode atau teknik pengumpulan data adalah suatu cara yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan (Pasaribu et al., 2022). Pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.7.1. Kuesioner

Kuesioner adalah serangkaian atau daftar pertanyaan atau pernyataan yang disusun secara sistematis (Purwanza et al., 2022). Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data dari responden yang diamati.

Pengukuran data dari variabel lokasi, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* terhadap keputusan menjadi member pada Faris Fitness Lumajang. Data yang dikumpulkan melalui pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dan diukur dengan pemilihan jawaban dari responden yang telah disediakan. Adapun hal-hal

yang perlu diperhatikan ketika membuat pertanyaan menurut (Purwanza et al., 2022) sebagai berikut:

- 1) Pertanyaan yang dibuat harus jelas dan tidak meragukan.
- 2) Hindari pertanyaan ganda.
- 3) Pertanyaan yang harus relevan dengan dengan masalah penelitian.
- 4) Pertanyaan sebaiknya pendek.
- 5) Hindari pertanyaan yang bias dan sugestif.

Adapun bentuk skala *likert* dalam penelitian ini, menurut (Paramita et al., 2021) sebagai berikut:

- a. (1 = Sangat tidak setuju)
- b. (2 = Tidak setuju)
- c. (3 = Netral)
- d. (4 = Setuju)
- e. (5 = Sangat setuju)

3.7.2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data untuk melakukan pengamatan dari berbagai fenomena/situasi/kondisi yang terjadi (Purwanza et al., 2022). Observasi dalam penelitian ini yaitu observasi langsung member aktif Faris Fitness Lumajang.

3.8. Teknik Analisis Data

Dikarenakan data yang digunakannya kuantitatif, maka pada teknik analisis data yang digunakan yaitu metode statistik yng sudah tersedia. Misalnya akan menguji hipotesis hubungan antar dua variabel, bila datanya ordinal maka statistik

yang digunakan adalah korelasi spearman rank, sedang bila datanya interval atau ratio digunakan korelasi pears pada penelitian kuantitatif, sehingga teknik analisis data yang dipakai sudah jelas, yaitu arahan yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah serta pengujian pada hipotesis sesuai yang dirumuskan dalam proposal *on product moment* (Sugiyono, 2018).

3.8.1. Uji Instrumen

Sebelum dilakukannya uji hipotesis, maka langkah pertama yang perlu diselesaikan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Berhasilnya uji hipotesis pada langkah selanjutnya bergantung pada pemenuhan uji dasar ini, karena untuk mengetahui apakah data tersebut valid dan realibel.

a. Uji Validitas

Menurut (Riyanto & Hatmawan, 2019) validitas merupakan suatu ukuran yang menyatakan valid pada suatu instrumen penelitian. Sehingga pengujian validitas ini ditunjukkan pada sejauh mana instrumen berfungsi. Instrumen dapat dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat digunakan sebagai alat ukur. Adapun menurut (Riyanto & Hatmawan, 2019) rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara skor butir dan skor total

N = Jumlah subjek penelitian

$\sum x$ = Jumlah skor butir

$\sum y$ = Jumlah skor total

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara skor butir dengan skor total

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor butir

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat skor total

Menurut (Riyanto & Hatmawan, 2019) uji validitas dapat mengantisipasi dan bertujuan sebagai berikut:

- a. Menghindari pertanyaan atau pernyataan yang kurang jelas menurut persepsi responden.
- b. Mengidentifikasi atau meniadakan kata-kata yang terlalu asing atau kata-kata yang menimbulkan kecurigaan atau bermakna ganda.
- c. Memperbaiki pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan yang kurang jelas atau tidak sesuai dengan kondisi riil objek penelitian.
- d. Menambah item yang diperlukan atau meniadakan item yang dianggap tidak relevan setelah diketahui hasil uji validitas.
- e. Mengetahui bahwa instrument penelitian benar-benar layak untuk digunakan dalam penelitian lebih lanjut.

Menurut (Sugiyono, 2015) analisis faktor yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total. Jika korelasi setiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut *construct* yang kuat. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut memiliki validitas konstruksi yang baik.

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Riyanto & Hatmawan, 2019) reliabilitas alat ukur adalah ketetapan atau keajegan alat tersebut dalam mengukur apa yang diukurnya. Artinya, kapan pun alat ukur tersebut digunakan akan memberikan hasil ukur yang sama. Adapun menurut (Riyanto & Hatmawan, 2019) rumus dari uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{(k - 1)} \right) \left(1 - \frac{\Sigma \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan:

r = Reliabilitas instrument

σt^2 = Varians total

k = Banyak butir pertanyaan atau bank soal

$\Sigma \sigma b^2$ = Jumlah variant butir

Menurut Nunally (1981) dalam (Siswanto, 2015) jika nilai *cronbach's alpha* > 0,06 maka data dapat dikatakan reliabel. Pengujian tes reliabilitas harus sesuai dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Indeks Kriteria Reliabilitas

Interval	Tingkat Reliabilitas
< 0,200	Kurang Reliabel
0,200 – 0,399	Agak Reliabel
0,400 – 0,599	Cukup Reliabel
0,600 – 0,799	Reliabel
0,800 – 1,000	Sangat Reliabel

Sumber: (Payadnya & Jayantika, 2018)

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

Menurut (Kurniwan, 2014) uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinary least square (OLS)*. Jadi analisis regresi yang tidak berdasarkan OLS tidak memerlukan

persyaratan asumsi klasik, misalnya regresi logistik atau regresi ordinal. Ada beberapa alat uji yang sering dilakukan dalam uji asumsi klasik diantaranya adalah uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Namun, dalam penelitian ini uji yang digunakan hanya sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Menurut (Riyanto & Hatmawan, 2019) uji normalitas data adalah uji untuk mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal atau tidak normal, sehingga pemilihan statistik dapat dilakukan dengan tepat. Untuk uji statistik parametrik mutlak mensyaratkan data harus terdistribusi secara normal, sedangkan untuk uji statistik non parametrik sering mengabaikan uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Ada beberapa faktor menurut (Riyanto & Hatmawan, 2019) yang mempengaruhi terdistribusi suatu data secara normal dan tidak normalnya data, yaitu:

- a. Kesenjangan data yang tinggi
- b. Data yang diambil memiliki kesamaan yang tinggi
- c. Data cenderung terpusat pada skor terendah atau tertinggi

Menurut (Riyanto & Hatmawan, 2019) uji normalitas memiliki ketentuan pada analisis grafik yang dilakukan dengan pengujian statistik non parametrik *Kolmogorov Smirnov* (k-s) yaitu, sebagai berikut:

- a) H_0 : nilai sig $> 0,05$ maka data residual terdistribusi normal.
- b) H_a : nilai sig $\leq 0,05$ maka data residual tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut (Riyanto & Hatmawan, 2019) multikolinieritas adalah terjadinya korelasi tinggi antara variabel bebas satu dengan variabel bebas lainnya. Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk menguji model regresi dengan menemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Tidak terjadinya korelasi diantara variabel independent, maka model regresinya dinyatakan baik. Dengan nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 maka dapat dinyatakan tidak adanya multikolinieritas antar variabel bebas (independen) pada model regresi.

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut (Riyanto & Hatmawan, 2019) uji heterokedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah pada model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan dengan yang lainnya. Berikut beberapa cara yang digunakan dalam pengujian heterokedastisitas, yaitu:

a. Metode *Scatter Plot*

Melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (independen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Pada *Scatter Plot*, terdapat beberapa kriteria dalam penilaian sebagai berikut:

- 1) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Riyanto & Hatmawan, 2019) menyatakan bahwa terdapat dua atau lebih variabel independen dan satu dependen pada regresi linier berganda. Pada umumnya menggunakan rumus untuk mengetahui persamaan regresi linier, sebagai berikut:

$$KMM = \alpha + \beta_1.L + \beta_2.KP + \beta_3.WOM$$

Keterangan:

KMM = Keputusan menjadi member

α = Konstanta

L = Lokasi

KP = Kualitas pelayanan

WOM = *Word of mouth*

β = Koefisien regresi variabel independen

Analisis regresi linier berganda yang digunakan pada penelitian ini dengan bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruhnya variabel bebas (independen) yaitu lokasi, kualitas pelayanan, *word of mouth* terhadap variabel dependen yaitu keputusan menjadi member pada Faris Fitness Lumajang.

3.8.4. Uji Hipotesis

Sesudah dilakukannya uji regresi linier berganda, maka setelah itu dilakukannya uji hipotesis dengan memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh selanjutnya antara variabel bebas (independen) yaitu lokasi (X1), kualitas pelayanan (X2), dan *word of mouth* (X3) terhadap variabel terikat (dependen) yaitu keputusan menjadi member (Y).

a. Uji T (Uji Parsial)

Menurut (Riyanto & Hatmawan, 2019) uji t juga dapat disebut dengan uji parsial, pada pengujian ini memiliki tujuan untuk mengetahui secara parsial pengaruh signifikan antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini uji parsial (uji T) dilakukan untuk meneliti seberapa pengaruh dari lokasi (X1), kualitas pelayanan (X2), dan *word of mouth* (X3) terhadap keputusan menjadi member (Y).

Adapun beberapa langkah dalam melakukan uji parsial (uji T), sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

a) Hipotesis Pertama

H_0 : Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi member pada Faris Fitness Lumajang.

H_1 : Lokasi berpengaruh terhadap keputusan menjadi member pada Faris Fitness Lumajang.

b) Hipotesis Kedua

H_0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi member pada Faris Fitness Lumajang.

H_2 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi member pada Faris Fitness Lumajang.

c) Hipotesis Ketiga

H_0 : *Word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi member pada Faris Fitness Lumajang.

H_3 : *Word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan menjadi member pada Faris Fitness Lumajang.

2) Kriteria Pengujian

- a) Jika terdapat nilai $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ ataupun $t_{tabel} \geq t_{hitung}$ atau memiliki $sig \geq 0,05$ (5%) maka dari itu H_0 dapat diterima sedangkan H_a ditolak.
- b) Jika terdapat nilai $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ ataupun $t_{tabel} < t_{hitung}$ atau memiliki $sig \leq 0,05$ (5%) maka dari itu H_a dapat diterima sedangkan H_0 ditolak.

3) Menghitung nilai t_{tabel} dengan menggunakan rumusnya yaitu, $df = N-2$

4) Menyimpulkan dengan melakukan perbandingan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} .

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Riyanto & Hatmawan, 2019) Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai sejauh mana model mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen (terikat). Nilai R^2 berada dalam rentang 0 hingga 1. Jika nilai R^2 rendah, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (bebas) hanya memiliki sedikit kemampuan dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai R^2 tinggi dan mendekati 1, maka variabel-variabel independen mampu menjelaskan hampir seluruh variasi yang terjadi pada variabel dependen, sehingga model dianggap sangat baik dalam melakukan prediksi.

Koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengukur sejauh mana variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen (X). Dalam konteks regresi linier berganda, nilai R Square digunakan untuk mengidentifikasi besarnya kontribusi variabel-variabel bebas. Koefisien determinasi (R^2) memberikan gambaran seberapa besar pengaruh gabungan dari variabel lokasi

(X1), kualitas pelayanan (X2), dan word of mouth (X3) terhadap variabel dependen (Y), yaitu keputusan menjadi member di Faris Fitness Lumajang. Nilai ini umumnya dinyatakan dalam bentuk persentase (%) sebagai indikator kekuatan hubungan antara variabel-variabel tersebut.

