

### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah *field research* atau penelitian lapangan yang berdasarkan pada sumber data atau informasi yang diperoleh dalam penelitian.<sup>1</sup> Dalam penelitian ini penulis melakukan sebuah penelitian di kabupaten Kudus.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif ini dapat digambarkan sebagai penelitian yang berupa angka atau berwujud bilangan yang akan dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menemukan jawaban atas hipotesis yang telah ditentukan secara spesifik dan untuk membuktikan prediksi bahwasannya antara variabel satu dapat mempengaruhi variabel lainnya.<sup>2</sup>

#### B. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini ada berdasarkan latar belakang yang telah dirumuskan sebelumnya. Maka sumber datanya meliputi:

##### 1) Sumber data primer

Data yang didapatkan secara langsung dari narasumber atau responden disebut dengan data primer.<sup>3</sup> Pada penelitian ini penulis mendapatkan data primer dari responden atas jawaban dari beberapa pertanyaan yang digunakan oleh penulis. Responden yang memberikan jawaban pada pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah konsumen yang melakukan pembelian air minum KHQ pada PT Buya Barokah di kabupaten Kudus.

##### 2) Sumber data sekunder

Data yang didapatkan dari dokumen atau publikasi yang berasal dari dinas, instansi maupun sumber data lain yang menunjang disebut dengan sumber data sekunder.<sup>4</sup> Data sekunder dalam penelitian ini penulis dapatkan dari berbagai sumber seperti buku,

---

<sup>1</sup> Tono Syaton dan Nanang Ghozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 55.

<sup>2</sup> Maskurin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu Pers & Mibarda Publishing, 2015), 7.

<sup>3</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 13.

<sup>4</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 13.

dokumen, literatur dan lainnya yang memiliki kaitan dengan permasalahan yang diteliti oleh penulis. Data-data pada penelitian ini didapatkan dari jurnal penelitian serta pengamatan langsung yang dilakukan oleh penulis pada konsumen PT Buya Barokah Kudus.

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi merupakan wilayah umum yang berupa subyek maupun obyek yang memiliki karakteristik ataupun kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh yang menentukan untuk dapat dipelajari dan ditarik sebuah kesimpulan.<sup>5</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT Buya Barokah yang pernah membeli produk KHQ di kabupaten Kudus. Oleh sebab itu banyaknya populasi dalam penelitian ini tak terbatas dikarenakan tidak diketahui secara pasti banyaknya konsumen yang membeli produk KHQ dari PT Buya Barokah Kudus.

#### 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang nantinya akan diteliti.<sup>6</sup> Dalam penelitian ini penentuan sampel berdasarkan metode *insidental*. Metode *insidental* adalah jenis teknik dalam menentukan sampel yang berdasarkan kebetulan, yakni bagi siapa saja yang secara *insidental* atau secara kebetulan bertemu peneliti dan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan sebagai responden, maka dapat digunakan sebagai sampel.<sup>7</sup>

Menurut Cooper dan Emory dalam Dewi dkk., apabila dalam sebuah populasi banyaknya sampel belum diketahui secara pasti maka sampel dapat ditetapkan langsung sebanyak 100 orang.<sup>8</sup> Hal ini juga berlaku untuk sampel dalam penelitian ini, sehingga dapat disimpulkan bahwa sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang konsumen PT Buya Barokah di kabupaten Kudus yang pernah membeli produk KHQ.

---

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 80.

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 81.

<sup>7</sup> Agusty Ferninand, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang: BPPE Universitas Diponegoro, 2006), 53.

<sup>8</sup> Dewi A, dkk., "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Marlboro (Studi Kasus pada Perempuan Perokok di Kecamatan Tembalang Semarang)." *Journal of Social and Political of Science*, (2015).

**D. Identifikasi Variabel**

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menjadi latar belakang bagi munculnya variabel dependen.<sup>9</sup> Variabel independen pada penelitian ini adalah *brand image* (X1) dan *brand trust* (X2).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen yaitu variabel yang menjadi latar belakang bagi munculnya variabel independen.<sup>10</sup> Variabel dependen pada penelitian ini adalah *brand loyalty* (Y).

**E. Variabel Operasional**

Variabel serta definisi operasional dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagaimana pada tabel berikut.<sup>11</sup>

**Tabel 3.1**  
**Variabel Operasional**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
<i>Brand Image</i>	Citra merek adalah kesan atau gambaran yang ditimbulkan suatu merek pada benak konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Citra perusahaan                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Reputasi Perusahaan</li> <li>b. Mudah untuk diingat dan memiliki ciri khas</li> <li>c. Meimiliki kredibilitas yang tinggi</li> <li>d. Memiliki jaringan yang luas</li> </ol> </li> <li>2. Citra produk                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Kualitas yang dimiliki oleh produk</li> <li>b. Model dan pilihan warna produk</li> <li>c. Manfaat bagi konsumen</li> </ol> </li> <li>3. Citra pemakai                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Menjadi percaya diri</li> <li>b. Menempatkan pada status sosial</li> </ol> </li> </ol>	Likert

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2015), 39.

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2015), 39.

<sup>11</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, “*Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*”, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013), hlm.327.

		c. Mewujudkan kepribadian atau gaya hidup	
<i>Brand Trust</i>	Keyakinan yang dimiliki antara pelanggan bahwa saat melakukan transaksi suatu merek dapat menempatkan kebutuhan mereka di atas semua yang lain.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Trusting Belief</i> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Kebaikan hati (<i>benevolence</i>)</li> <li>b. Integritas (<i>Integrity</i>)</li> <li>c. Kompetensi (<i>competence</i>)</li> </ol> </li> <li>2. <i>Trusting Intention</i> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Ketersediaan konsumen untuk bergantung pada penjual terhadap kemungkinan terjadinya resiko negatif (<i>willingness to depend</i>)</li> <li>b. Ketersediaan penjual dalam memberikan informasi pribadi pada konsumen (<i>subjective probability of depending</i>)</li> </ol> </li> </ol>	Likert
<i>Brand Loyalty</i>	Ukuran keterkaitan antara konsumen dengan suatu merek.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Cognitive Loyalty</i> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Pembelian ulang</li> <li>b. Kebiasaan dalam mengonsumsi merek</li> <li>c. Selalu suka pada merek</li> </ol> </li> <li>2. <i>Conative Loyalty</i> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Tetap memilih merek tersebut</li> <li>b. Yakin bahwa merek tersebut merupakan merek terbaik</li> <li>c. Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain.</li> </ol> </li> </ol>	Likert

#### F. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode survei sebagai teknik pengumpulan datanya dengan alat pengumpulan data kuesioner. metode survei merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data primer yang dibutuhkan dalam penelitian dengan menjalin komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Menurut Sugiyono kuesioner merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data dengan memberikan pertanyaan kepada responden untuk kemudian dijawab oleh responden tersebut dan

pertanyaan tersebut disajikan secara tertulis.<sup>12</sup> Pada penelitian ini dilakukan pengukuran dengan menggunakan skala likert. skala likert yaitu sebuah skala yang digunakan untuk menilai sikap atau perilaku, opini atau pendapat dan juga kesan atauapun anggapan orang mengenai keadaan sosial.<sup>13</sup> Apabila telah dilakukan penyebaran kuesioner dan mendapatkan jawaban dari responden, maka nantinya jawaban responden tersebut akan diberikan skor atau nilai. Didalam kuesioner pernyataan yang telah dibuat mempunyai lima jawaban yang mana masing-masing jawab mempunyai skor tersendiri, dapat dijabarkan sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Skor Jawaban Metode Likert**

<b>Keterangan</b>	<b>Skor</b>
1. Sangat setuju	5
2. Setuju	4
3. Ragu-ragu	3
4. Tidak setuju	2
5. Sangat tidak setuju	1

## **G. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data merupakan suatu kegiatan yang dilakukan setelah mendapatkan data dari responden.<sup>14</sup> Untuk dapat menyajikan data yang baik, maka diperlukan pengolahan data supaya dapat dijadikan acuan dalam menetapkan sebuah keputusan. Proses pengolahan datanya yaitu:

### **1. Uji Instrumen**

Penelitian ini menggunakan teknik uji instrumen berupa:

#### **a. Uji Validitas**

Untuk mendapatkan penelitian yang valid, maka diperlukan adanya proses pengujian validitas yang berfungsi untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah angket atau kuesioner. Sebuah kuesioner dapat dikatakan valid apabila kuesioner tersebut berisi pertanyaan yang dapat menjawab

---

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2015), 142.

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2015), 93.

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 147.

data yang dibutuhkan didalam suatu penelitian.<sup>15</sup> Sedangkan menurut Ghozali, kuesioner dapat dikatakan sah apabila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel ( $r$  hitung  $>$   $r$  tabel), begitupun sebaliknya apabila  $r$  hitung lebih kecil daripada  $r$  tabel ( $r$  hitung  $<$   $r$  tabel) maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak sah.

#### b. Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono, uji reabilitas merupakan sebuah pengujian untuk mengukur kuesioner yang mana kuesioner tersebut menjadi indikator dalam suatu variabel.<sup>16</sup> Kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila semua pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner dapat dijawab oleh responden dengan konsisten di setiap waktu. Pengukuran reabilitas ini dapat menggunakan SPSS dengan perhitungan koefisien reabilitas dan memakai formulasi “Cronbach Alpha”. Apabila *Cronbach Alpha* menunjukkan angka lebih besar dari 0,60 maka sebuah variabel dapat dinyatakan reliabel.<sup>17</sup>

## 2. Uji Pra Syarat

Uji pra syarat dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hasil yang didapatkan, apakah baik atau tidak. Apabila uji pra syarat yang dilakukan menghasilkan hasil yang baik berarti bahwa pengujian selanjutnya yakni analisis regresi berganda dapat dilakukan. Uji pra syarat dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji statistik non-parametrik Kolmogorov Smirnov. Dengan taraf signifikansi 0,05%, ketentuan pengujian dikatakan normal apabila nilai signifikansi yang didapatkan dari uji normalitas lebih besar dari taraf signifikansi 0,05.<sup>18</sup> Uji normalitas ini dilakukan untuk dapat mengetahui pada model regresi, nilai residual berdistribusi normal atau tidak.

---

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 121.

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 122.

<sup>17</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, Universitas Diponegoro Semarang, 2011, 45.

<sup>18</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 160.

### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat kesamaan diantara variabel bebas pada model regresi yang digunakan pada penelitian. Uji multikolinieritas ini dapat dikatakan lolos apabila nilai toleransinya  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ .<sup>19</sup> Hal ini dapat diketahui dengan merujuk pada nilai VIF dan *tolerance* pada tabel olah data. Variabel bebas harus membentuk ortogonal sehingga dapat memenuhi uji multikolinieritas ini.

## 3. Uji Hipotesis

### a. Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono, analisis regresi berganda dapat digunakan apabila terdapat dua ataupun lebih variabel bebas.<sup>20</sup> Analisis ini digunakan untuk dapat mengetahui naik atau turunnya variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Pada penelitian ini analisis regresi berganda diterapkan pada hipotesis ke-tiga, yaitu “terdapat pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap *brand loyalty*”. Formulasi yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen

a : Konstanta persamaan regresi

b : Koefisien regresi

X : Variabel independen

### b. Uji T-test

Menurut Ghazali uji t merupakan pengujian yang dilakukan secara individual untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas atau variabel X dengan variabel terikat atau variabel Y. Pada penelitian ini uji t diterapkan pada hipotesis satu dan hipotesis dua. Uji t dilaksanakan dengan menggunakan  $\alpha = 0,05$  (5%).<sup>21</sup> Hipotesis bisa dikatakan diterima ataupun ditolak apabila:

<sup>19</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 105-106.

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 305.

<sup>21</sup> Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, Universitas Diponegoro, (2016), 97.

- 1)  $H_0$  ditolak apabila  $t$  hitungnya  $>$   $t$  tabelnya, artinya terdapat pengaruh antara variabel *brand image* ( $X_1$ ) dan *brand trust* ( $X_2$ ) pada *brand loyalty* ( $Y$ ).
- 2)  $H_0$  diterima apabila  $t$  hitungnya  $<$   $t$  tabelnya, artinya tidak ada pengaruh antara variabel *brand image* ( $X_1$ ) dan ( $X_2$ ) *brand trust* pada *brand loyalty* ( $Y$ ).

### c. Uji F-test

Menurut Ghozali, uji  $f$  merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh secara bersama antara variabel bebas atau variabel  $X$  dengan variabel terikat atau variabel  $Y$ . Uji  $f$  dilakukan dengan cara membandingkan  $f$  hitung dengan  $f$  tabel, dengan menggunakan  $\alpha = 0,05$  (5%).<sup>22</sup> Hipotesis bisa dikatakan diterima ataupun ditolak apabila:

- 1)  $H_0$  ditolak apabila  $f$  hitungnya  $>$   $f$  tabelnya, artinya variabel bebas ( $X$ ) secara bersamaan mempengaruhi variabel terikat ( $Y$ ).
- 2)  $H_0$  diterima apabila  $f$  hitungnya  $\leq$   $f$  tabelnya, artinya variabel bebas secara bersamaan tidak mempengaruhi variabel terikat ( $Y$ ).

### d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi atau biasa disebut dengan  $R^2$  digunakan didalam penelitian untuk dapat mengetahui seberapa besar kesanggupan model untuk memerikan keterangan tentang variabel  $Y$  atau variabel terikat. Koefisien determinasi memiliki nilai (0) dan (1). Menurut Ghozali, apabila nilai dari  $R^2$  kecil itu menunjukkan penjelasan yang diberikan oleh variabel  $X$  atau variabel bebas mengenai variabel  $Y$  atau variabel terikat sangat sedikit. Begitupun sebaliknya apabila diketahui nilai  $R^2$  yang angkanya hamper menyentuh angka 1, maka hal ini berarti bahwa variabel  $X$  atau variabel bebas memberikan banyak sekali penjelasan mengenai variabel  $Y$  atau variabel terikat.<sup>23</sup> Formulasi perhitungannya adalah sebagai berikut:

---

<sup>22</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, Universitas Diponegoro, (2016), 96.

<sup>23</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, Universitas Diponegoro, (2016), 95.



$$\mathbf{KD} = (\mathbf{r})^2\mathbf{X}$$

Keterangan:

KD : Koefisien Determinasi

$r^2$  : Determinasi

