

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*), karena penulis terlibat langsung dalam penelitian. *Field research* adalah jenis penelitian yang berhubungan dengan peneliti yang terlibat dalam lapangan penelitiannya.¹ Pada penelitian ini penulis melakukan studi lapangan untuk memperoleh data dan informasi yang kongkrit tentang pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap loyalitas konsumrn Griya Batik Tjokro sesuai dengan masalah yang ada.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dilakukan di Griya Batik Tjokro ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data nmerikal (angka) yang diolah dengan metode statistik. Pada dasarnya, pendekatan kuantitatif dilakukan penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyandarkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi hubungan antara variabel.²

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Dalam metode penelitian, kata populasi amat populer. Digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karena itu, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

¹ *Ibid*, Hlm. 21

² *Ibid*, Hlm. 5

kesimpulannya.³ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen batik pada Griya Batik Djokro. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti atau tidak terhingga.

b. Sample

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi.⁴ Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Nonprobability Sampling*, di mana sampel diambil dengan cara *accidental sampling*⁵. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 orang.

4. Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu atribut dari sekelompok obyek yang diteliti yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lain dalam kelompok tersebut. Variabel didefinisikan sebagai konsep yang memiliki variasi atau memiliki lebih dari satu nilai.⁶

Variabel dalam penelitian ini adalah :

- a. Variabel independen (variabel bebas), yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel lain, yang pada umumnya berbeda dalam urutan tata waktu yang terjadi terlebih dahulu. Keberadaan variabel ini dalam penelitian merupakan variabel yang

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, Alfabeta, Bandung, 2014, Hlm. 117

⁴ *Ibid*, Hlm. 81

⁵ Idham Kurnia Simamora, *Op.Cit*, Hlm 6

⁶ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Pt Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2014, Hlm 59

menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel X.⁷

Variabel independen dalam penelitian ini adalah diferensiasi produk, yang terbagi menjadi dua variabel, yaitu *quality product* (X1) dan *product design* (X2).

- b. Variabel dependen (variabel terikat), yaitu variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Keberadaan variabel ini dalam penelitian adalah sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel Y.⁸ Variabel dependen dari penelitian ini adalah loyalitas konsumen (Y).

5. Definisi Operasional

Tabel 3.1
Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel Independen	Definisi	Indikator	Referensi
Quality Product (X1)	Kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya.	a. Keragaman produk b. Keandalan c. Daya tahan d. Kemampuan pelayanan e. Estetika f. Kualitas yang dipersepsikan	Muhammad Maftukhin, <i>Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk Terhadap loyalitas pelanggan di toko bandeng Juwana Elrina Semarang, Jurnal manajemen, Universitas Dian Nuswantoro, Hlm 6</i>

⁷Ibid, Hlm. 61

Product Design (X2)	Totalitas dari keistimewaan yang mempengaruhi cara penampilan dan fungsi suatu produk dalam hal kebutuhan pelanggan.	a. Ciri-ciri b. Kinerja c. Mutu kesesuaian d. Tahan lama e. Model f. Tahan uji	Mahmud, <i>Pengaruh Desain Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Sepeda Motor Yamaha Merek New V-Ixion Fi di Adiguna Sakti Motor Pandaan, Jurnal Sketsa Bisnis, Vol.1, Agustus, 2014, Hlm 3</i>
Loyalitas pelanggan (Y)	Komitmen pelanggan terhadap suatu merek dan pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. ⁹	a. Melakukan pembelian ulang b. Menunjukkan adanya perhatian tentang apa yang dilakukan perusahaan c. Merefensikan kepada orang lain	Dian Triyadi, <i>Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Bisnis Transportasi Pt Eka Sari Lorena, Jom Fisip, Vol. 1, No.2, Oktober, 2014, Hlm 8</i>

⁹ Husein Umar, *Op.Cit*, Hlm. 16

6. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Angket (Kuesioner)

Dalam upaya memperoleh data dan informasi yang sesuai dengan penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan penyebaran angket atau kuisisioner. Teknik angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim kembali untuk dikembalikan kepetugas atau peneliti.¹⁰ Bentuk umum sebuah angket terdiri dari bagian identitas berisikan identitas responden seperti nama, alamat, umur, pekerjaan, jenis kelamin, dan sebagainya, kemudian baru memasuki bagian isi angket. Metode ini digunakan untuk menghimpun data dari konsumen sebagai responden tentang pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap loyalitas konsumen.

Model skala dalam penyusunan kuesioner ini adalah model *likert*. Model skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. menggunakan lima rentetan kategori respon. Terdiri dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Dengan pemberian bobot yang ditetapkan sebagai berikut:¹¹

¹⁰ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kencana Prenadamedia Grup, Jakarta, 2005, Hlm 133

¹¹ *Ibid*, Hlm. 93

Tabel 3.2
Skala Likert

KATEGORI	BOBOT
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

2. Observasi

Adalah suatu metode ilmiah dengan cara pengamatan data, pencatatan secara sistematis atas fenomena yang diselidiki. Metode observasi, yaitu proses pengamatan melalui panca indra kita. Dalam hal ini peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian.¹²

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Mengumpulkan dokumen atau sering disebut metode dokumentasi merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian. Dokumen ini dapat berupa dokumen pemerintah, hasil penelitian, foto-foto atau gambar, buku harian, laporan keuangan, undang-undang, hasil karya seseorang dan sebagainya.¹³ Dalam penelitian ini metode tersebut digunakan untuk memperoleh data konsumen Griya Batik Tjokro Bakaran.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*, Alfabeta, Bandung, 2014, Hlm. 312

¹³ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2014, Hlm. 87

7. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner, suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Pengukuran validitas dapat dilakukan dengan tiga cara:

- a) Melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan score konstruk atau variable, dengan hipotesa: H_a dan H_o . Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai hitung korelasi dengan
- b) dan nilai r positif, maka dikatakan valid.
- c) Menghitung korelasi antara score masing-masing butir pertanyaan dengan total score.
- d) Uji analisis factor yang digunakan untuk menguji validitas item atau indikator q_1 sampai q_n .¹⁴

Berikut hasil pengujian validitas. Untuk tingkat validitas, dilakukan tingkat uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini, besarnya df dapat dihitung $30-2$ atau $df = 28$ dengan α 0,05 didapat r tabel 0.361, jika r hitung (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid. Hasil analisis validitas dapat dilihat pada tabel berikut ini.

¹⁴ Masrukhin, *Statistik Inferensial: Aplikasi Program SPSS*, Media Ilmu Press, Kudus, 2008, Hlm. 20-25

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
KP.1	0,694	0,361	Valid
KP.2	0,703	0,361	Valid
KP.3	0,378	0,361	Valid
KP.4	0,607	0,361	Valid
KP.5	0,698	0,361	Valid
KP.6	0,773	0,361	Valid
DP.1	0,675	0,361	Valid
DP.2	0,597	0,361	Valid
DP.3	0,514	0,361	Valid
DP.4	0,692	0,361	Valid
DP.5	0,538	0,361	Valid
DP.6	0,645	0,361	Valid
L.1	0,384	0,361	Valid
L.2	0,727	0,361	Valid
L.3	0,690	0,361	Valid
L.4	0,422	0,361	Valid
L.5	0,639	0,361	Valid
L.6	0,603	0,361	Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 3.3 diketahui bahwa masing-masing item yang menyusun masing-masing kuesioner memiliki r hitung lebih dari r tabel ($r \text{ hitung} > 0,361$), yang berarti masing-masing item dari variabel kualitas produk, desain produk, dan loyalitas konsume adalah valid. Dengan demikian syarat validitas dari alat ukur terpenuhi.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel.¹⁵ Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal, jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu: *Repeat measure* atau pengukuran ulang dan *one shot* atau pengukuran sekali saja.

Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji cronbach alpha. Adapun kriteria bahwa instrument itu dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik cronbach alpha $> 0,60$. Dan sebaliknya jika *cronbach alpha* diketemukan angka koefisiensi $< 0,60$, maka dikatakan tidak reliabel.¹⁶ Hasil analisis reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas

Kuesioner	Cronbach Alpha	Cronbach Alpha yang disyaratkan	Keterangan
Kualitas produk	0,848	$>0,60$	Reliabel
Desain produk	0,831	$>0,60$	Reliabel
Loyalitas konsumen	0,812	$>0,60$	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 3.4 diketahui bahwa variabel kualitas produk, desain produk, dan loyalitas konsumen memiliki *cronbach alpha* yang lebih tinggi dari 0,60, maka dikatakan reliabel. Dengan demikian syarat reliabilitas alat ukur terpenuhi.

¹⁵ *Ibid*, Hlm 15

¹⁶ *Ibid*, Hlm. 15

8. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieris

Uji multikolinieris digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antara variabel independen dalam model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi adalah tidak adanya multikolinieritas. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai R^2 , matriks korelasi variabel-variabel bebas dan nilai tolerance dan lawannya dan *variable inflation factor* (VIF).¹⁷ Jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas dengan variabel lainnya.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.¹⁸ Persyaratan yang harus dipenuhi adalah tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Jika signifikansi korelasi kurang dari 0,05 maka model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas

c. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam metode regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Cara untuk melakukan uji normalisasi dapat menggunakan analisis grafik dan analisis statistik.¹⁹ Dalam program SPSS jika angka signifikansi (SIG) > 0,05, maka data berdistribusi normal, dan jika signifikansi (SIG) < 0,05 maka data distribusi tidak normal.

9. Metode Analisis Data

a. Uji signifikansi parameter individual (uji t)

Uji signifikansi parameter simultan bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam

¹⁷ *Ibid*, Hlm. 41

¹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss 19*, Bp Undip, 2005, Hlm 139

¹⁹ *Ibid*, Hlm. 56

menerangkan variasi variabel independen. Kesimpulan yang diambil dengan melihat signifikansi dengan kriteria pengujian :

- 1) Tingkat signifikansi $> 0,05$: maka H_0 diterima
- 2) Tingkat signifikansi $< 0,05$: maka H_0 ditolak

b. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Untuk menentukan apakah masing-masing variabel bebas sebagai predictor mempunyai hubungan linieritas atau tidak dengan variabel terikat. Uji ini sebagai syarat untuk menentukan model analisa regresi linier. Bila hasil perbandingan menunjukkan bahwa harga F hitung lebih kecil dari F tabel ($F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$) adalah korelasinya linier, dan sebaliknya jika ($F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$) adalah korelasinya tidak linier.²⁰

c. Analisis Regresi Ganda

Analisis regresi ganda digunakan untuk menguji hipotesa dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel atribut diferensiasi produk yang meliputi kualitas produk dan desain produk terhadap loyalitas konsumen. Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

a = konstanta

b₁ = koefisien regresi variabel kualitas produk

b₂ = koefisien regresi variabel desain produk

x₁ = kualitas produk

x₂ = desain produk

e = *error* atau pengganggu²¹

d. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai

²⁰ Masrukhin, *Op.Cit*, Hlm. 77-78

²¹ Imam Ghazali, *Op.Cit*, Hlm 96

koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memproduksi variasi variabel dependen.²²



²² *Ibid*, Hlm. 97