

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan sasaran penelitiannya masyarakat, baik masyarakat secara umum, seperti pegawai negeri sipil, siswa atau mahasiswa, petani, pedagang, dan sebagainya maupun masyarakat secara khusus, yaitu hanya salah satu kelompok masyarakat yang menjadi sasaran penelitiannya.¹ Tujuan penelitian studi kasus atau lapangan adalah mempelajari secara intensif latar belakang, status terakhir, dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan sosial seperti individu, kelompok, lembaga, atau komunitas.² Lokasi penelitian ini adalah PT. Selok Jaya Pati.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³ Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini berdasarkan jenis data yang dikumpulkan yaitu merupakan data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka-angka. Pada data jenis ini, sifat informasi yang dikandung oleh data berupa informasi angka-angka.⁴

¹Toto Syatori dan Nanang Ghozali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 55.

² Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 8.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2016), 13.

⁴ Purbayu dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2015), 2.

B. Setting Penelitian

Setting penelitian adalah objek penelitian di mana kegiatan penelitian dilakukan. Penentuan lokasi dimaksud untuk mempermudah dan memperjelas objek yang menjadi sasaran penelitian, sehingga permasalahan tidak terlalu luas. Tempat penelitian dipilih karena adanya kesediaan penuh dari pihak perusahaan untuk bekerjasama dan membantu penulis dengan memberikan data dan informasi penulis butuhkan guna kelancaran penelitian ini. Penelitian ini dilaksanakan di PT. Selok Jaya Pati.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas, suatu obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁵ Populasi (*universe*) merupakan totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu yang diteliti sebagai bahan penelitian. Sedangkan sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel.⁶ Adapun populasi penelitian ini adalah keseluruhan konsumen PT. Selok Jaya Pati. Penentuan besarnya sampel dapat ditentukan sebagai berikut:⁷

$$n = \frac{Z^2}{4 + e^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

Z = Tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, pada $\alpha = 10\%$ (derajat keyakinan ditentukan 90 %) maka $Z = 1,96$

⁵ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015), 55.

⁶ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: BPFE Universitas Diponegoro, 2012), 223.

⁷ Augusty Ferdinand, 227.

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan 10%.

Bila angka-angka itu dimasukkan dalam rumus maka akan dapat mewakili sampel yang ada. Besarnya sampel adalah:

$$n = \frac{1,96^2}{4 + (0,1)^2} = 96,04 \approx 97 \text{ sampel}$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 97 responden. Sampel ini merupakan konsumen PT. Selok Jaya Pati.

D. Desain dan Definisi Operasional

Definisi operasional digunakan untuk menguji hipotesis dan mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini serta untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman atau perbedaan pandangan dalam mendefinisikan perbedaan variabel yang dianalisis, maka perlu adanya.⁸ Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, citra merek dan harga serta 1 (satu) variabel terikat yaitu loyalitas konsumen (Y).

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk/ <i>quality product</i> adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. ⁹	1) Produk yang ditawarkan dapat memenuhi fungsi produknya. 2) Bahan baku tambahan benar-benar bermutu. 3) Daya tahan produk	<i>Likert</i>

⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 161.

⁹ Cindy Phasalita Widayatma dan Sri Puji Lestari, “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Rifa Kuliner Kendal)”, *Jurnal Ilmiah*, Vol. 7 No. 3 ISSN : 2302-2752, Universitas Tujuh Belas Agustus Semarang (2018): 29.

		tidak mudah rusak.	
Citra Merek (X2)	Citra merek merupakan keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap suatu merek. ¹⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1) Keunggulan asosiasi merek. 2) Kekuatan asosiasi merek. 3) Keunikan asosiasi merek. 	<i>Likert</i>
Harga (X3)	Harga adalah jumlah nilai yang dikeluarkan konsumen. ¹¹	<ol style="list-style-type: none"> 1) Harga sesuai dengan kualitas produk. 2) Harga sesuai dengan manfaat yang dirasakan. 3) Harga sesuai dengan harapan konsumen. 	
Loyalitas Konsumen (Y)	Loyalitas Konsumen/ <i>Customer Loyalty</i> , yaitu loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen terhadap	<ol style="list-style-type: none"> 1) Melakukan pembelian berulang. 2) Selalu membeli produk. 3) Mereferensikan kepada orang lain. 	<i>Likert</i>

¹⁰Fitrika Manurung dan Meizy, "Pengaruh Pengembangan Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada KFC Sudirman Pekanbaru", *JOM FISIP* Vol. 3 No. 2, Universitas Riau (2016): 4.

¹¹Rismatul Karomah, Rois Arifin dan Hufon, "Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Konsumen Rumah Makan Super Geprek Dinoyo Malang)", *Jurnal Riset Manajemen*, UNISMA (2014): 29.

	perusahaan, merek maupun produk. ¹²		
--	--	--	--

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Sugiyono dan Wibowo dalam Agus menjelaskan, instrumen yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Dalam pemahaman ini, sebuah kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan untuk mengukur suatu hal, dikatakan valid jika setiap butir pertanyaan yang menyusun kuesioner tersebut memiliki keterkaitan yang tinggi.¹³

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrument pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Validitas kuesioner adalah sejauh mana kuesioner ini mampu mengukur kepuasan pelanggan. Untuk melakukan uji validitas, metode yang kita lakukan adalah dengan mengukur korelasi antara butir-butir pertanyaan dengan skor pertanyaan secara keseluruhan. Tahap-tahap yang harus dilakukan untuk melakukan pengujian validitas adalah :

- a. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur. Jadi untuk menguji validitas suatu konsep, tahap awal yang harus dilakukan adalah menjabarkan konsep dalam suatu definisi operasional.
- b. Melakukan uji coba pada beberapa responden. Uji coba minimal dilakukan terhadap 30 orang.
- c. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
- d. Menghitung nilai korelasi antara masing-masing skor butir jawaban dengan skor total dari butir jawaban.

¹² Cindy Phasalita Widayatma dan Sri Puji Lestari, “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Rifa Kuliner Kendal)”, *Jurnal Ilmiah*, Vol. 7 No. 3 ISSN : 2302-2752, Universitas Tujuh Belas Agustus Semarang (2018): 30.

¹³ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS untuk Pemula* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2014), 88.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.¹⁴ Pengukuran reliabilitas menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*, bila koefisien $\alpha > 0,60$ maka instrumen dikatakan handal. Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama di lain kesempatan. Setelah kita melakukan pengujian validitas kuesioner, maka kuesioner tersebut kita uji reliabilitasnya. *One shot*. Pada teknik ini pengukuran dilakukan hanya pada satu waktu, kemudian dilakukan perbandingan dengan pertanyaan yang lain atau dengan pengukuran korelasi antar jawaban. Pada SPSS, metode ini dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, di mana suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,70.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah metode angket. Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner didesain dengan pertanyaan terbuka yaitu yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan responden. Dalam metode angket didesain dengan menggunakan pada skala likert (*likert scale*), di mana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1).

¹⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: BP Undip, 2015), 41.

G. Teknik Analisis Data

1. Deskriptif Statistik

Dalam statistik deskriptif ini, akan dikemukakan cara-cara penyajian data, dengan tabel biasa maupun distribusi frekuensi, grafik garis maupun batang, diagram lingkaran, piktogram, penjelasan kelompok melalui modus, median, mean dan variasi kelompok melalui rentang dan simpangan baku.¹⁵

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Berdasarkan *normal probability plot* jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *Cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.¹⁶

c. Uji Heterokedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Uji

¹⁵ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015), 21.

¹⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: BP Undip, 2015), 91.

heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).¹⁷

Jika grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel tergantung. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.¹⁸

b. Uji t Parsial

Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.¹⁹ Dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95% kemudian dibandingkan dengan t hitung :

¹⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: BP Undip, 2015), 105.

¹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: BP Undip, 2015), 83.

¹⁹ Imam Ghozali, 74.

- 1) Apabila nilai t hitung $<$ t tabel maka H_0 ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Kondisi ini menunjukkan bahwa variabel bebas secara parsial mampu memberikan penjelasan terhadap variasi pada variabel tergantunya, atau dengan kata lain bahwa model analisis yang digunakan adalah sesuai dengan hipotesis.

c. Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi berganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan regresi ganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana :

- y = loyalitas konsumen
- a = konstanta
- b = koefisien regresi variabel independen
- x_1 = kualitas produk
- x_2 = citra merek
- x_3 = harga
- e = standar error