

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field Research*), yaitu melakukan penelitian dilapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden yang berada dilapangan.¹ Penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, strategi diferensiasi dan kualitas layanan terhadap citra toko rabbani Pati.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan dengan menggunakan metode perhitungan statistik untuk memudahkan dalam menghitung data-data dari pengaruh kualitas produk, strategi diferensiasi dan kualitas layanan terhadap citra toko rabbani Pati.²

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Toko Rabbani Pati. Waktu yang digunakan dalam penelitian kurang lebih selama 3 bulan.

C. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.³ Penelitian ini menggunakan data primer dari hasil pengisian kuesioner yang diberikan kepada pelanggan dan konsumen toko Rabbani Pati.
2. Data sekunder, yaitu data diperoleh lewat pihak lain. Tidak langsung diperoleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau laporan yang tersedia.⁴

¹ Husain Umar, *Research Methods In Finance And Banking* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2002), 82

² Husain Umar, *Research Methods*, 84

³ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012),

⁴ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, 9

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah suatu kesatuan individu atau subyek pada wilayah dan waktu serta kualitas tertentu yang akan diamati atau diteliti.⁵ Populasi dalam penelitian ini yaitu para konsumen atau pengunjung yang telah membeli produk Rabbani di toko Rabbani Pati. Populasi ini diambil berdasarkan data penjualan toko Rabbani Pati pada bulan September 2018 yaitu sebanyak 295 konsumen.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai “wakil” dari para anggota populasi.⁶

Untuk mengetahui jumlah besaran dari populasi yang akan diteliti, maka pengambilan sampel dapat dilakukan dengan menggunakan rumus solvin sebagai berikut :⁷

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

E = presentasi ketidaktelitian

Dengan menggunakan tingkat error (e) sebesar 10% maka memperoleh jumlah sampel sebanyak :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{295}{1 + 295(0,1)^2} \\ &= 74,68 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh besarnya sampel sebanyak 74,68 atau dibulatkan menjadi

⁵ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, UII Press, Yogyakarta, 2005, hlm. 101.

⁶ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi*, 102

⁷ Tony Wijaya, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 29

75 orang konsumen. Jadi, dalam penelitian ini akan menggunakan 75 orang responden.

Pengambilan sampel dari penelitian ini menggunakan tehnik *Sampling Insidental*, yaitu tehnik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemu itu cocok sebagai sumber data.⁸

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuesioner atau angket, dokumentasi dan wawancara.

1. Kuesioner Angket

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁹ Angket ini berisi pertanyaan dengan jawaban alternative yang berkenaan dengan pengaruh kualitas produk, strategi diferensiasi dan kualitas layanan terhadap citra toko.

2. Pengamatan/observasi

Merupakan proses pencatatan pola perilaku subjek (orang), objek (benda) atau kejadian sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu yang diteliti.¹⁰

3. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diharapkan pada suatu masalah yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara dan yang diwawancarai.¹¹ Adapun teknik wawancara yang digunakan oleh peneliti dalam hal ini adalah teknik wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang peneliti tidak menggunakan

⁸ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2014), 67

⁹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 199

¹⁰ Nur Indriantoro Bambang Supomo, *metode penelitian bisnis untuk akuntan dan manajemen* (Yogyakarta: BPFY Yogyakarta, 2002), 157

¹¹ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi*, 121

pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

F. Variabel Penelitian dan Pengukuran

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi perhatian suatu penelitian. Sesuai dengan judul yang ada maka dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu :

a. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi sebab berubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).¹² Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas produk (X1) , strategi diferensiasi (X2) dan kualitas layanan (X3).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.¹³ Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah citra toko.

2. Definisi Operasional

Pengukuran dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menentukan data apa yang ingin diperoleh dari indikator variabel yang telah ditentukan.¹⁴

Tabel 3.1
Variabel Penelitian

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Referensi
Kualitas Produk (X1)	Berarti kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya termasuk keawetan,	<ul style="list-style-type: none"> • Operasi • keterandalan dan ketahanan • Kecocokan • Kemampuan Pelayanan 	Mohammad Syamsul Ma'arif dan Hendri tanjung (2003:135)

¹² Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 61

¹³ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 62

¹⁴ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 133

	keandalan, ketetapan, kemudahan menggunakan, mudah diperbaiki, serta atribut bernilai lainnya.	<ul style="list-style-type: none"> • Penampilan • Diterima Konsumen 	
Strategi Diferensiasi (X2)	Merupakan kegiatan untuk mendesain seperangkat perbedaan yang berarti untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing.	<ul style="list-style-type: none"> • Diferensiasi produk • Diferensiasi layanan • Diferensiasi saluran • Diferensiasi citra 	Kloter dan Keller (2009:384)
Kualitas Layanan (X3)	Adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan konsumen melalui pelayanan yang diberikan seseorang.	<ul style="list-style-type: none"> • Bukti langsung • Keandalan • Daya tangkap • Jaminan • Empati 	Lovelok dan Nirwana (2006 : 87)
Citra (Y)	Merupakan kesan, pandangan, persepsi, dan respon masyarakat atau pelanggan terhadap suatu perusahaan baik mengenai produk, pelayanan,	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Personality</i> • <i>Reputation</i> • <i>Value</i> • <i>Corporate Identity</i> 	Harrison (2007:38)

	kepemimpinan, hubungan dengan masyarakat, maupun bentuk fisik perusahaan yang bersangkutan.		
--	--	--	--

Pengukuran merupakan alat ukur yang dilakukan sebelum penelitian dilakukan yaitu pada saat pembuatan alat ukur, adapun jenis alat ukur yang digunakan yaitu skala likers yang berisi pernyataan yang sistematis untuk menunjukkan sikap seorang responden terhadap suatu pernyataan. Berikut ini adalah lima instrument dan nilai dari jawaban masing-masing yaitu sebagai berikut:¹⁵

SS	: Sangat Setuju	skor 5
ST	: Setuju	skor 4
RG	: Ragu-ragu	skor 3
TS	: Tidak Setuju	skor 2
STS	: Sangat Tidak Setuju	skor 1

G. Uji Instrumen

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Dimana untuk mencapai tujuan pertama yaitu menganalisis “pengaruh kualitas produk, strategi diferensiasi, dan kualitas layanan terhadap citra toko”.

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Program SPSS, merupakan program yang digunakan untuk menguji apakah masing-masing indikator penelitian valid atau tidak.¹⁶

¹⁵ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 135-136

¹⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2011), 53

2. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah alat ukur 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. Untuk mengukur reabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (σ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,06 ($\alpha > 0,06$)¹⁷

H. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana maka terlebih dahulu menggunakan uji asumsi klasik untuk memastikan apakah model regresi sederhana ini layak atau tidak. Beberapa syarat yang harus dipenuhi dalam uji asumsi klasik sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu uji asumsi klasik yang dilakukan sebelum menganalisis hasil regresi. Adapun tujuannya yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.¹⁸

Proses uji normalitas data dilakukan dengan memperhatikan penyebaran data (titik) *Normal Plot of Regression Standardized Residual* dari variabel terikat, yaitu :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

¹⁷ Haryadi Sarjono dan Winda Julianti, *SPSS vs LISRE: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 45

¹⁸ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 187

2. Uji Multikolonieritas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya bebas multikolinieritas atau tidak terjadi kolerasi antara variabel *independen*. Jika variabel ini saling berkolerasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas didalam model regresi dapat dilihat melalui nilai tolerance dan lawannya *Variance Inflation Factor (VIF)*. Nilai *cutt off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $tolerance < 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$. Apabila nilai $tolerance < 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel *independen* dalam model regresi.¹⁹

3. Uji Autokorelasi

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sekarang (t) dengan kesalahan pada periode sebelumnya (t-1). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.²⁰

Autokorelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah **uji Run Test**. Uji *run test* digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak (sistematis), dengan asumsi sebagai berikut:

H_0 = residual (res_1) acak

H_1 = residual (res_1) tidak random

Apabila nilai signifikan lebih dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak., berarti bahwa residuan random dan dapat dinyatakan tidak terjadi autokorelasi antar nilai residual. Begitu juga sebaliknya, apabila nilai signifikan kurang dari 0,05 maka berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima,

¹⁹ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 180

²⁰ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 183

sehingga dapat disimpulkan bahwa residual tidak random atau terjadi autokorelasi antar nilai residual.²¹

4. Uji Heteroskedastistik

Pengujian ini bertujuan apakah sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari *residual* dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *varians* dari *residual* dari pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut *homokedastisitas* dan jika berbeda, disebut *heteroskedastisitas*. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya *heteroskedastisitas* dapat dilihat pada grafik *scatterplot*. Model regresi yang baik adalah yang *homokedastisitas* atau tidak terjadi *heterokedastisitas*. Sedangkan pengambilan keputusan untuk uji *heteroskedastisitas* adalah :

- a. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka maka mengindikasikan telah terjadi *heterokedastisitas*.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi *heterokedastisitas*.²²

I. Analisis Data

1. Uji Signifikansi Simultan (Uji statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel *independen* atau bebas (X) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependen* atau terikat (Y) yaitu apakah kualitas produk, strategi diferensiasi dan kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap citra toko rabbani Pati.

Adapun hipotesis nol (Ho) yang hendak diuji dalam model sama dengan nol yaitu :

- a. $H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$, artinya tidak ada pengaruh dari kualitas produk, strategi diferensiasi dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap citra toko Rabbani Pati.

²¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* 19, 114

²² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 44-45

- b. $H_a : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$, artinya ada pengaruh dari kualitas produk, strategi diferensiasi dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap citra toko Rabbani Pati.

Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan statistik F sebagai berikut :

- 1) Jika nilai $F > F_{tabel}$, maka H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%
 - 2) Membandingkan nilai F hitung dengan F tabel, bila nilai F hitung $> F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a ²³
2. Uji Signifikansi Parameter individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas atau *independen* (X) secara individual dalam menerangkan variasi variabel *dependen* (Y) yaitu apakah kualitas produk, strategi diferensiasi dan kualitas layanan berpengaruh secara individual terhadap citra toko rabbani Pati.

Adapun hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah suatu parameter (b_i) sama dengan nol :

- a. $H_0 : b_i = 0$, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel *independen* (X) terhadap variabel *dependen* (Y)..
- b. $H_a : b_i \neq 0$, artinya ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel *independen* (X) terhadap variabel *dependen* (Y) .

Level Of Signifikan ($\alpha=5\%$) dengan derajat kebebasan (*Degree Of Freedom*) $df = n - k$

Kriteria *dalam* melakukan uji t adalah sebagai berikut :

- 1) Nilai $-T_{tabel} \leq T_{hitung} \leq T_{tabel}$ maka H_0 diterima dan menolak H_a
 - 2) Nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $T_{hitung} < -T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a .²⁴
3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Nilai koefisien determinasi

²³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 98

²⁴ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 267

adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependen*.²⁵

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih dengan variabel dependen. Dalam analisis ini juga dapat diketahui dengan analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mempunyai pengaruh dengan variabel dependen. Dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dengan persamaan sebagai berikut²⁶ :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Strategi Diferensiasi

X_3 = Costumer Service

Y = Citra

α = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi antara kualitas produk terhadap citra toko

b_2 = Koefisien regresi antara strategi diferensiasi terhadap citra toko

b_3 = koefisien regresi antara kualitas layanan terhadap citra toko

e= Error

²⁵ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Aksara, 1999, 83

²⁶ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 217