

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Riset didalam penelitian ini, peneliti menggunakan (*field reseach*) atau penelitian lapangan untuk jenis penelitiannya. Dalam penelitian ini, dilakukan pada situasi yang alamiah, namun didahului dengan adanya beberapa campur tangan oleh peneliti. Campur tangan ini bertujuan untuk didapatinya fakta atau kejadian yang diinginkan peneliti agar bisa diamati.¹

2. Pendekatan Penelitian

Riset ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif ini dengan menekankan analisis yang digunakan pada data angka yang dikembangkan dengan menggunakan metode statistika. Pendekatan kuantitatif ini bertujuan untuk pengujian hipotesis sehingga nantinya dapat ditarik kesimpulan dari hasil tersebut, dimana akan menumbuhkan kemungkinan hipotesis nol. Dengan menggunakan metode kuantitatif ini nanti akan didapatkan hasil signifikansi dengan perbedaan di setiap variabel.²

B. Setting Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Tempat yang dibuat meneliti oleh peneliti berlokasi di UD. Kerupuk Tiga Lombok desa Prambatan Kidul Rt 06 Rw 04 Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kudus.

2. Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian ini mulai tanggal 19 November 20212 - Selesai.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek maupun subyek yang mempunyai kualitas dan karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian nantinya bisa disimpulkan.³ Adapun

¹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 21

² Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, 5.

³ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 61

populasi dalam penelitian ini adalah semua toko atau warung yang menjual Produk UD. Kerupuk Tiga Lombok di Kudus yang berjumlah 450 toko atau warung.⁴

2. Sampel

Sampel adalah jumlah bagian dan karakter yang dimiliki oleh populasi.⁵ Peneliti menggunakan probability sampling dengan *random sampling* yaitu suatu teknik pengambilan anggota sampel dan populasi yang dilakukan secara random dan tidak memperhatikan starta yang ada didalam populasi tersebut.⁶ Adapun dalam menentukan ukuran sampel ini menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2} =$$

n = Total Sampel

N = Populasi

e = Batas Kesalahan. Batas kesalahan yang diinginkan yaitu (10%)

$$n = \frac{450}{1 + 450 (0,1)^2} = 81,81818 = 82 \text{ Responden}$$

D. Variabel Penelitian

Didalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat):

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel bebas yaitu variabel yang berpengaruh atau menjadi penyebab perubahan ataupun menjadi timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu: Harga, *Brand Trust*, dan Kualitas Produk

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi ataupun menjadi akibat dari variabel bebas. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel terikat yaitu Loyalitas Konsumen.⁷

⁴Murtadlo, Wawancara oleh M. Ilham Ainur Rofiq, 7 Januari 2022, Wawancara transkrip.

⁵ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, 62.

⁶ Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 80.

⁷ Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, 95.

E. Variabel Operasional

Operasional didefinisikan sebagai suatu variabel yang didasarkan pada spesifikasi yang dapat dilakukan penelitian atau diamati.⁸ Adapun didalam penelitian ini definisi operasional sebagai berikut:

Tabel 3.1
Variabel Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Harga	Harga yaitu jumlah yang dibayarkan untuk suatu produk atau jasa atau nilai yang ditukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau juga menggunakan produk atau jasa tersebut.. ⁹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan harga. 2. Persepsi harga dan manfaat. 3. Harga yang sesuai dengan manfaat. 4. Harga produk yang terjangkau. 5. Kesesuaian harga dengan kualitas.¹⁰ 	<i>Likert</i>
2.	<i>Brand Trust</i>	Kepercayaan pelanggan pada sebuah merek merupakan keinginan dari pelanggan untuk mempercayai sebuah merek dengan segala macam resiko yang akan dihadapi. ¹¹	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Dimension of viability.</i> 2. <i>Dimension of inintensionalit y.</i>¹² 	<i>Likert</i>
3.	Kualiat	Kualitas produk yaitu	1. Kinerja.	<i>Likert</i>

⁸ Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, 101.

⁹Ayu Eka Saputri, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. HPAI (Herbal Penawar Alwahida Indonesia) Cabang Pekanbaru*, 5.

¹⁰Robert Gain and dkk, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt*, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 144.

¹¹Abas Bambang dan Meyzi Heriyanto, *Pengaruh Brand Equity dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen Mobil Merek Toyota Kijang Innova*, 4.

¹²Suci Fauziah, *Pengaruh Brand Trust dan Brand Equity Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah (Survey Konsumen Pada PT. Paragon Technology and Innovation Cabang Pekanbaru)*, *Jurnal Jom Fisip*, 3.

	Produk	cara yang sangat tepat untuk bisa digunakan sebagai strategi yang jitu untuk memenangkan persaingan melawan kompetitor. ¹³	<ol style="list-style-type: none"> 2. Keandalan. 3. Fitur. 4. Daya Tahan. 5. Kesesuaian. 6. Desain.¹⁴ 	
4.	Loyalitas Konsumen	Loyalitas konsumen yaitu bentuk kecintaan dan setianya konsumen terhadap penggunaan jasa atau <i>brand</i> yang dihasilkan secara konsisten. ¹⁵	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian produk secara berulang dan terus menerus. 2. Merekomendasikan produk kepada konsumen yang lain. 3. Melakukan pembelian disemua lini produk atau jasa. 4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.¹⁶ 	<i>Likert</i>

¹³Ayu Eka Saputri, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Hpai (Herbal Penawar Alwahida Indonesia)" Cabang Pekanbaru, *Jurnal Jom Fisip*, 4.

¹⁴Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, 26.

¹⁵Ria Syaputri, *Pengaruh Kemasan, Merek, dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada UKM Keripik Singkong Sulis di Samarinda*, 28.

¹⁶Etta Mamang dan Shopiah, *Perilaku Konsumen*, 105

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti diantaranya dengan:

1. Wawancara

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah dengan wawancara. dimana peneliti dalam hal ini memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden. Wawancara ini digunakan berguna untuk peneliti sebagai bahan dalam mengumpulkan data yang melakukan studi pendahuluan dalam menemukan akar masalah yang akan diteliti.¹⁷

2. Angket atau Kuesioner

Pengertian tentang angket atau kuesioner dijelaskan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis dalam teknik pengumpulan data yang diberikan kepada responden yang wajib untuk dijawab. Angket atau kuesioner adalah cara untuk mengumpulkan data yang efektif apabila periset mengetahui secara tepat variabel yang akan dijadikan tolak ukur dan mengetahui apa yang bisa diharapkan dari para responden.¹⁸

Periset menggunakan ini guna mendapatkan hasil data dari responden UD. Kerupuk Tiga Lombok Kudus. Skala *likert* digunakan untuk memberi arti bagi jawaban yang diberikan dari yang ditanyakan dengan alternatif jawaban yang bisa dipilih responden serta diberi skor nilai 1-5 yang berguna untuk penyusunan kuesioner tersebut.

Tabel 3.2
Skala Likert.¹⁹

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

G. Uji Validitas dan Realiabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Pengujian ini yaitu uji data instrumen yang berguna agar dapat diketahui seberapa tepatnya suatu item didalam

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 137.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 142.

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 93.

mengukur sesuatu yang diukur. Suatu item dikatakan “valid” jika terdapat korelasi yang menunjukkan hasil skor yang tinggi dari skor totalnya. Dengan demikian diketahui adanya dukungan dari item untuk mendapati sesuatu yang diinginkan dan item itu bisa dikatakan “valid”. Beberapa pertanyaan-pertanyaan yang akan diberikan kepada responden dengan kuesioner sehingga didapatkan jawaban yang merupakan bagian dari bentuk sebuah item. Selanjutnya agar bisa mengetahui tingkat kesignifikannya, maka dapat melihat tabel r dengan tingkatan yang signifikannya 0,05 dengan 2 sisi pengujian. Apabila nilai dari r hitungannya melebihi tabel r nya, dapat dikatakan “valid”, apabila r hitungannya dibawah tabel r nya, dapat dikatakan “tidak valid”.²⁰

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas ini guna melihat kestabilitas dan konsistensinya dari alat ukur yang menggunakan kuesioner. Artinya, alat ukur yang digunakan ini apakah dapat menerima hasil pengukuran yang dilakukan tersebut bisa mendapatkan hasil yang tetap dan tidak berubah jika akan dilakukan kembali pengukuran tersebut. Pengujiannya biasanya menggunakan *Cronbach Alpha* dimana dalam pengujian ini yang dimasukan hanyalah item yang dinyatakan valid dan batas yang digunakan adalah 0,60.²¹

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas guna mengetahui didalam suatu model regresi terdapat atau ditemukan adanya korelasi antara variabel independen atau variabel bebas. Model regresi yang tepat itu harusnya tidak adanya korelasi diantara variabel independen atau variabel bebas.

Jika variabel independen atau variabel bebas saling berkorelasi, maka suatu variabel tidak ortogonal. Ortogonal ini adalah variabel independen atau variabel bebas yang

²⁰ Duwi Priyanto, *SPSS 22: Pengolahan data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi Ofset, 2014): 51.

²¹ Duwi Priyanto, *SPSS 22: Pengolahan data Terpraktis*, 64.

memiliki nilai korelasi antar variabel yang sesama variabel independen atau variabel bebas = 0.²²

Untuk mendeteksinya, beberapa cara yang bisa digunakan dalam uji multikolinearitas yaitu:

- 1) Dengan melihat nilai toleransi yang ada pada model regresi dan nilai inflation faktor (VIF).
 - 2) Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara bersama (R^2).²³
2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini digunakan untuk pengujian di dalam model regresi apakah terdapat tidak samanya variance dari residual observasi satu terhadap observasi yang lain. Apabila variance dari residual observasi pada observasi yang lain pasti, disebut dengan homoskedastisitas. Dan apabila tidak sama disebut dengan heteroskedastisitas. Guna mengetahui yang menjelaskan apakah ada dan tidak adanya heteroskedastisitas, bisa dilakukan dengan cara melihat ada dan tidak adanya sampel tertentu pada *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED. dimana pada sumbu Y adalah prediksi Y, sedangkan sumbu X adalah residualnya (diprediksi Y–nyata Y) yang telah dipelajari. Apabila tidak didapati pola yang jelas pada grafdik, dan titik-titik memanjang ataupun menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) hingga sumbu Y, bisa ditarik kesimpulan heteroskedastisitas tidak terjadi. Homoskedastisitas atau yang tidak heteroskedastisitas merupakan model regresi yang baik.²⁴

3. Uji Normalitas

Pengujian normalitas ini menggunakan analisis parametrik, yaitu seperti analisis korelasi pearson, anova satu arah, uji beda dua rata-rata, dan lainnya, dengan diperlukannya uji normalitas ini untuk bisa melihat data tersebut apakah didapati distribusi normal ataupun distribusi tidak normal. Data normalitas ini adalah hal penting, sebab normalitas data menjadi salah satu syarat wajib yang harus dipenuhi didalam analisis parametrik, karena jika data yang

²²Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Proqram IBM SPSS 19*, (Semarang: UNDIP, 2011), 105.

²³Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan data Terpraktis*, 99

²⁴Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Proqram IBM SPSS 19*, 139.

didistribusi itu normal maka sudah dapat dianggap mewakili populasi.²⁵

4. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi ini berguna saat melakukan pengujian didalam model regresi linier apakah ada korelasi antar kesalahan pengganggu terhadap periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Apabila terjadi korelasi, maka terdapat *problem autolorelasi*. Autokorelasi ini timbul sebab pengamatan yang berkaitan dengan satu sama lain yang dilakukan berurutan sepanjang waktu. Permasalahan ini terlihat sebab residual (kesalahan pengganggu) tidak lepas dari pengamatan satu ke pengamatan yang lain.

Untuk dapat mengetahui ada dan tidaknya suatu autokorelasi bisa dilakukan dengan Uji Durbin Watson (DW test). Uji Durbin Watson ini digunakan untuk suatu autokorelasi (*frist order autocorrection*) tingkat satu serta mensyaratkan adanya (*intercept*) didalam model regresi serta tidak ada variabel antara variabel bebas. Cara pengambilan keputusan yang dapat dilakukan sebagai berikut:

Ho : tidak ada autokorelasi ($r = 0$).

Ha : ada autokorelasi ($r \neq 0$).²⁶

Tabel 3.3

Tabel Uji Autokorelasi.

Hipotesis nol.	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif.	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif.	Keputusan tidak ada	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi. Negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif.	Keputusan tidak ada	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif.	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

²⁵Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan data Terpraktis*, 69.

²⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 110-111.

I. Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian ini merupakan bagian dari pengujian regresi sederhana yang telah dikembangkan serta mempunyai kegunaan meramal nilai dari variabel terikat apabila mempunyai variabel bebas yang minimal dua ataupun lebih. Analisis regresi berganda merupakan alat analisis untuk meramalkan nilai variabel bebas yang mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Digunakan untuk memberi informasi apakah ada atau tidak fungsi hubungan ataupun akibat hubungan terhadap dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat.²⁷ Rumus yang dipakai dalam persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Loyalitas Konsumen.

a = Konstanta.

b_1 = Koefisien regresi harga terhadap loyalitas konsumen.

b_2 = Koefisien regresi *brand trust* terhadap loyalitas konsumen.

b_3 = Koefisien regresi kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

X_1 = Harga.

X_2 = *Brand trust*.

X_3 = Kualitas produk.

e = Standar error.

2. Uji T (Parsial)

Pengujian t ini umumnya berguna untuk melihat berapa jauh variabel bebas berpengaruh yang secara individual untuk menjelaskan tentang variasi variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang mau diuji apakah parameternya (b_i) adalah sama dengan nol, atau $H_0: b_i = 0$. Pengertiannya adalah apakah variabel bebas ini tidak menjadi penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat. Hipotesis alternatifnya (H_A) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau: $H_A: b_i \neq 0$. Pengertiannya adalah variabel tersebut menjadi penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.²⁸

²⁷ Riduwan dan Akdon, *Rumus dan data dalam Aplikasi Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2006), 142.

²⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 98.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji f umumnya digunakan untuk melihat tentang semua variabel bebas yang dimasukkan apakah berpengaruh secara stimulant pada variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) ini yang mau diuji apakah seluruh parameter di dalam model sama dengan nol, atau: $H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$. Pengertiannya yaitu apakah seluruh variabel bebas ini tidak penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat. Hipotesis alternatifnya (H_A) ini bukan seluruh parameter secara stimulan sama dengan nol, atau : $H_A : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$. Pengertiannya adalah seluruh variabel bebas secara stimulan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.²⁹

4. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini berguna melihat sejauh mana model bisa mengukur dan juga menjelaskan variabel terikat. Koefisien determinasi dalam hal ini memiliki nilai antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil, berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat ini sangatlah terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati 1 ini berarti variabel bebas telah menyediakan semua informasi yang diperlukan dalam memprediksi variasi variabel terikat.³⁰

²⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 19, 98.

³⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 19, 97.