

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini mencakup pengaruh pandangan konsumen terhadap suatu produk dan seberapa jauh konsumen dalam memilih produk untuk di konsumsi. Data yang digunakan adalah data primer yaitu data dari jawaban responden melalui kuisisioner yang diisi oleh konsumen Swalayan Indah

Penelitian ini dilaksanakan di Swalayan Indah yang berlokasi di Jl. KH. Mohamad Kholil, Demangan, Kabupaten Bangkalan Madura. Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang berbelanja di Swalayan Indah pada bulan Desember 2017

B. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang atau objek yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lainnya dalam kelompok itu (Sugiyono:2013). Berdasarkan telaah pustaka dan perumusan hipotesis maka variabel dalam penelitian adalah:

1. Variabel bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah citra merek (X_1) dan kepuasan konsumen (X_2).

2. Variabel terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikat adalah loyalitas merek (Y)

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dan pengukuran variabel berisi pernyataan tentang pengoperasian atau pendefinisian konsep penelitian termasuk penetapan cara dan satuan pengukuran variabelnya adalah sebagai berikut:

1. Citra merek (X_1) pendapat atau persepsi konsumen mengenai kualitas produk

Tolak Angin yang diukur melalui indikator:

- a. Penampilan fisik
- b. Kualitas produk
- c. Harga produk
- d. Variasi harga
- e. Variasi produk
- f. Nama dari sebuah merek
- g. Mudah diucapkan
- h. Mudah diingat
- i. Kesesuaian antara kesan merek dalam diri konsumen dengan citra yang diinginkan perusahaan

2. Kepuasan konsumen (X_2) Tingkat produk Tolak Angin yang dirasakan sesuai dengan harapan pembeli yang diukur melalui indikator:

- a. Menerima keluhan konsumen
- b. Tanggap atas keluhan konsumen

- c. Memberikan informasi dengan baik terhadap sesuatu yang dibutuhkan konsumen
 - d. Membeli/mencoba produk baru ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaiki produk-produk yang ada
 - e. Tetap setia lebih lama terhadap produk
 - f. Membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya
 - g. Memberi perhatian lebih sedikit kepada merek-merek dan iklan pesaing serta kurang peka terhadap harga
 - h. Konsumen merasa puas dengan produk dan informasi yang diberikan
 - i. Konsumen merasa aman selama mengkonsumsi produk tersebut
 - j. Memberikan saran untuk keluhan konsumen
- 3. Loyalitas merek (Y)** Konsumen memiliki sikap positif dan ingin melakukan pembelian ulang di masa datang yang diukur melalui indikator:
- a. Pembelian terus menerus
 - b. Merasa puas dengan kualitas produk
 - c. Membeli produk jenis lainnya
 - d. Merekomendasikan produk ke orang lain

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik mengumpulkan data yang akan diperlukan untuk melakukan analisis dalam penelitian ini, yaitu bersumber dari data primer dimana data tersebut peneliti peroleh dari pertemuan langsung dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini dan diperoleh melalui studi lapangan dengan menyebarkan kuisisioner yang akan diisi oleh responden konsumen yang berbelanja di Swalayan Indah.

Analisis ini dilakukan dengan meminta responden untuk menyatakan pendapatnya mengenai serangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti dalam bentuk nilai yang berada dalam rentang dua sisi. Dalam penelitian ini, setiap pertanyaan masing-masing diukur dalam skala likert sebagai berikut:

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Skor 2= Tidak Setuju (TS)

Skor 3 = Cukup Setuju (CS)

Skor 4 = Setuju (S)

Skor 5= Sangat Setuju (SS)

E. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini diperoleh dari kuisioner yang diberikan kepada konsumen yang berbelanja di Swalayan Indah sebanyak 125 orang dalam satu shift. Peneliti mencoba menarik anggota populasi untuk menjadi sampel berdasarkan pandangan peneliti bahwa orang tersebut memiliki informasi yang diperlukan. Pada penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Fatihudin:2015). Pengambilan sampel didasarkan pertimbangan bahwa responden adalah pengkonsumsi produk obat herbal Tolak Angin dan untuk menentukan besar sampel peneliti menggunakan rumus Slovin, 2009:

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

dimana :

n: ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : presisi (ditetapkan 5%)

Maka : $n = \frac{125}{1+125(0,1)^2} = 55,56$ dibulatkan menjadi **56 responden**

Pada penelitian ini populasi yang digunakan sebanyak 125 konsumen yang berbelanja di Swalayan Indah perharinya, kemudian di ambil sampel sebanyak 56 responden yang layak untuk dijadikan objek penelitian.

F. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda untuk menunjukkan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat melalui progam SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 20, sehingga pemrosesan data secara otomatis dan kemudian diinterpretasikan hasilnya.

G. Analisa Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran untuk menunjukkan tingkat kevaliditasan suatu butir-butir pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dari hasil output (*Corrected Item-Total Correction*) dengan r_{tabel} , jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka butir pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya (Ghozali:2014). Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak di ukur (Sugiyono:2013).

b. Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur di dalam mengukur gejala yang sama. Suatu alat ukur disebut memiliki reliabilitas dalam penelitian melalui nilai *alpha cronbach* karena menggunakan

jenis data likert/*essay*. Teknik ini dapat menafsirkan kolerasi antara skala diukur dengan semua variabel yang ada (Umar:2013).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan uji *kolmogrov-smirnov*. Dalam uji *kolmogrov-smirnov* hipotesa yang berlaku adalah:

H_0 = sampel berasal dari data atau populasi yang terdistribusi normal

H_1 = sampel berasal dari data atau populasi yang tidak terdistribusi normal.

Dalam uji ini apabila nilai sig < 0,05 maka data tidak terdistribusi dengan normal. Namun, jika nilai sig > 0,05 maka data terdistribusi dengan normal (Santoso:2011)

b. Uji multikolonieritas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat menggunakan uji *rank spearman* yaitu dengan mengkolerasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai *absolute residual*. Apabila koefisien kolerasi dari masing-masing variabel bebas ada yang signifikan pada tingkat kekeliruan di bawah 5%, mengidentifikasi adanya gejala heteroskedastisitas dan jika nilai signifikan pada tingkat kekeliruan di atas 5%, mengidentifikasi tidak ada gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (pengujian secara parsial)

Untuk menguji variabel bebas secara parsial pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf nyata 5%.

$$t = \frac{b_i}{se(b_i)}$$

Keterangan :

b_i = koefisien regresi

$Se\ b_i$ = *standard error*

Uji Hipotesis dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

- 1) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Hipotesis berdasarkan signifikan

- 1) Jika angka sig. > 0,05, maka H_0 diterima
- 2) Jika angka sig. < 0,05, maka H_0 ditolak

b. Uji F (pengujian secara simultan)

Pengujian ini bertujuan untuk membuktikan apakah variabel-variabel independen (X) secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali:2014). Untuk menguji kebenaran variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel tergantung dengan cara membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf nyata.

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

R = koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel independen

n = jumlah sampel

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka secara bersama-sama seluruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Selain itu, dapat juga dengan melihat nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas lebih kecil daripada 0,05 (untuk tingkat signifikan=0,05), maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen, sedangkan jika nilai probabilitas lebih besar daripada 0,05 maka variabel independen secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kemudian akan diketahui apakah hipotesis dalam penelitian ini secara simultan ditolak atau diterima, adapun bentuk hipotesis secara simultan adalah

- $H_0 : b_1 = b_2 = 0$: citra merek dan kepuasan konsumen secara simultan tidak berpengaruh terhadap loyalitas merek
- $H_0 : b_1 \neq b_2 \neq 0$: citra merek dan kepuasan konsumen secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas merek

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda yaitu dengan melihat pengaruh antara variabel citra merek (X_1) dan

kepuasan konsumen (X_2) terhadap variabel terikat loyalitas merek (Y) dengan model persamaan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Loyalitas merek

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi yang akan dihitung

X_1 = Citra Merek

X_2 = Kepuasan Konsumen

e = Nilai standar *error*

5. Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel *model summary* dan tertulis *adjusted R square*. Nilai R^2 sebesar 1, berarti pengaruh variabel dependen seluruhnya dapat dijelaskan oleh variabel independen dan tidak ada faktor lain yang menyebabkan pengaruh variabel dependen.