

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini akan membahas mengenai citra merek, kualitas produk, kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif dimana data setiap variabel di deskripsikan dan dianalisis menggunakan angka-angka. Menurut (Sugiyono, 2019: 5) pendekatan kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang menjelaskan dan memberikan gambaran tentang tiap-tiap variabel bebas guna dianalisis pengaruhnya terhadap variabel terikatnya yang didasarkan pada sampel atau populasi. Data penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan yang nantinya akan diisi oleh responden.

B. Unit Analisis Tempat Penelitian

Penelitian ini meneliti tentang loyalitas pengguna provider Indosat Ooredoo yang berada di Kota Surabaya, berikut ini penjabaran populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau obyek yang memiliki karakteristik maupun kualitas tertentu sesuai dengan ketetapan peneliti yang kemudian dipelajari dan diambil kesimpulannya

(Sugiyono, 2020: 49). Yang menjadi populasi dalam penelitian ini ialah seluruh pengguna provider Indosat Ooredoo yang berada di Kota Surabaya.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi itu sendiri (Sugiyono, 2020: 49). Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana sampel diambil dengan menggunakan beberapa pertimbangan dan kriteria tertentu (Sugiyono, 2020). Kriteria yang dijadikan acuan dalam pengambilan sampel adalah:

1. Pengguna provider Indosat Ooredoo
2. Warga yang berdomisili di Surabaya

Banyaknya populasi yang jumlahnya belum diketahui maka peneliti dalam menentukan jumlah sampel menggunakan rumus menurut (Tia Aprilia Susnita, 2020:202) berikut ini:

$$n = \frac{Z^2}{4 (\text{Moe})^2}$$

Dimana :

n : jumlah sampel

Z : Z score pada tingkat signifikansi tertentu, nilai Z= 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95%.

Moe : *margin of Error*, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

$$n = \frac{1,96^2}{4 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{3,842}{4 (0,1)^2}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Berdasarkan pada perhitungan diatas maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 96 responden, yang mana pengguna dari provider Indosat Ooredoo yang tersebar di seluruh Kota Surabaya.

C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

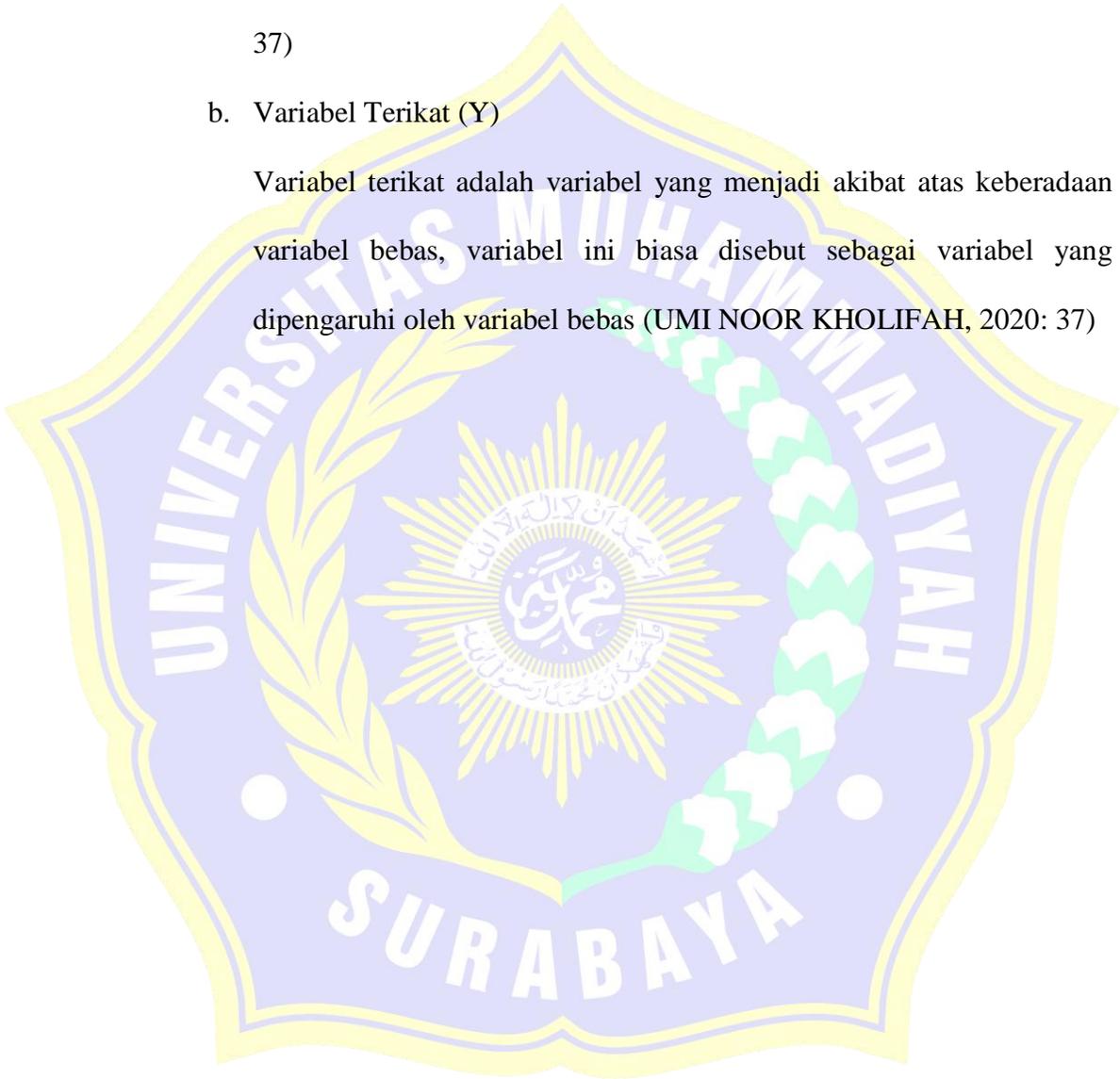
Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu variabel bebas dan variabel terikat, berikut penjabarannya:

- a. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi timbulnya sebab dan akibat dari variabel terikat, variabel ini biasa disebut dengan variabel yang mempengaruhi variabel terikat (UMI NOOR KHOLIFAH, 2020: 37)

b. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang menjadi akibat atas keberadaan variabel bebas, variabel ini biasa disebut sebagai variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (UMI NOOR KHOLIFAH, 2020: 37)



2. Definisi Operasional

Definisi operasional ialah penjabaran dari setiap variabel penelitian beserta indikatornya dalam bentuk teknik atau operasi untuk diukur dan dianalisa oleh peneliti.

Tabel 3.1

Definisi Operasional

| No. | Variabel Penelitian | Teori | Indikator |
|-----|----------------------|---|---|
| 1. | Citra Merek (X1) | Citra merek adalah preferensi maupun persepsi konsumen pada suatu merek yang diukur dengan menggunakan berbagai macam asosiasi merek yang terekam dalam ingatan, (P. dan K. L. K. Kotler, 2009) | 1. Pengakuan 2. Reputasi 3. Afinitas 4. Domain |
| 2. | Kualitas Produk (X2) | Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menunjukkan | 1. Kinerja 2. Fitur 3. Reliabilitas |

| | | | |
|----|-----------------------|---|--|
| | | kegunaannya, termasuk reabilitas, durabilitas, ketepatan pengoperasian, ketepatan, reputasi dan atribut-atribut produk lainnya, (Kotler Phillip and Garry Amstrong, 2012) | 4. Kesesuaian dengan spesifikasi |
| 3. | Kualitas Layanan (X3) | Kualitas layanan adalah Keseluruhan fitur dan cirikhas suatu produk maupun layanan yang mempunyai kemampuan dalam memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen yang tersirat, (P. dan K. L. K. Kotler, 2009). | <ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan 2. Daya tanggap 3. Jaminan 4. Empati |

| | | | |
|----|---------------|---|---|
| 4. | Loyalitas (Y) | Loyalitas adalah janji pelanggan, bahkan dalam hal ini, dan upaya pemasaran yang dapat mengubah perilaku, pelanggan akan terus bertahan dan tetap setia, serta akan secara konsisten mengulangi pembelian produk dan layanan tertentu. (Umar, 2014) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengkonsumsi kembali secara berulang 2. Melakukan aktivitas untuk mengonsumsi produk atau layanan secara lintas lini 3. Konsumen akan merekomendasikan produk yang setia kepada orang lain, 4. Tidak terpengaruh dengan daya tarik produk sejenis dari competitor |
|----|---------------|---|---|

D. Alat Penelitian

Peneliti memperoleh data dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner kepada pengguna provider Indosat Ooredoo. Sedangkan kuesioner

pada penelitian ini diukur menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan pemberian skor atau nilai peringkat pada setiap jawaban atas pernyataan-pernyataan yang tertuang dalam kuesioner kemudian dijumlahkan sehingga diperoleh nilai total. Berikut ini gambaran skala

Likert:



Tabel 3.2

Skala Likert

| Tanggapan | Skor |
|---------------------------|-------------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 |
| Setuju (S) | 4 |
| Cukup (C) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

Sumber: Data yang diolah, 2021

E. Teknik Analisis Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik berikut ini :

1. Kuesioner

Kuesioner adalah Langkah yang ditempuh untuk melakukan pengumpulan data, dimana responden diberikan sejumlah pernyataan atau pertanyaan tertulis oleh peneliti (Patria, 2021: 32). Pada penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada pengguna provider Indosat Ooredoo.

2. Observasi

Observasi adalah langkah yang ditempuh untuk mengumpulkan data penelitian dengan cara mengamati dan mencatat segala sesuatu yang terdapat dan melekat pada objek penelitian (Patria, 2021: 32). Pada

penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah provider Indosat Ooredoo.

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur Ilmiah (Sugiyono, 2017: 291).

F. Analisis Data

Data dalam penelitian ini, akan diolah dengan bantuan program SPSS 20.0 dan kemudian dianalisis menggunakan beberapa teknik analisis yaitu:

1. Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2018) analisis statistik deskriptif adalah suatu hasil pengolahan statistik yang kemudian dipergunakan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan apadanya tanpa ada maksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku bagi khalayak umum atau generalisasi. Pendekatan ini dipakai guna menggambarkan fakta dengan jelas yang terjadi pada variabel yang diteliti yaitu citra merek, kualitas produk, kualitas layanan dan loyalitas, untuk dapat menggambarkan setiap variabel maka digunakan rumus *mean* (rata-rata).

2. Analisis Statistik

Analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Instrumen

Sebelum melakukan uji regresi linier berganda, maka model regresi harus dapat dinyatakan lolos uji instrumen, uji instrumen dibagi menjadi dua yaitu:

1) Uji Validitas

Uji validitas memiliki tujuan untuk menguji apakah kuesioner yang dipergunakan untuk mencari data sah atau valid tidaknya, dikatakan sah atau valid jika pernyataan-pernyataan yang tertulis dalam kuesioner mampu untuk menjelaskan tentang hal yang diukur oleh kuesioner tersebut (Sugiyono, 2019). Uji validitas lakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel, dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel.

2) Uji Realiabilitas

Uji reliabilitas memiliki tujuan untuk mengetahui konsistensi data dari hasil jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang diberikan dalam kuesioner (Sugiyono, 2019). Data dikatakan realibel jika memiliki nilai alpha cronbatch $\geq 0,6$.

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan terlebih dahulu sebelum menguji model regresi linier berganda. Data dapat dilanjutkan untuk uji model regresi

linier berganda jika hasil uji asumsi klasik menyatakan data tersebut dinyatakan terdistribusi secara normal, tidak terjadi auto korelasi, dan tidak terdapat korelasi antar variabel bebas serta data dinyatakan tidak terjadi heterokedastisitas. Berikut ini beberapa uji yang dilakukan dalam uji asumsi klasik:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan agar mengetahui penyebaran data terdistribusi secara normal atau tidak, dikatakan terdistribusi normal apabila data (titik-titik) bergerak mengikuti arah garis diagonalnya (Niken Nanincova, 2019)

2) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya regresi antar kesalahan pengganggu dengan melihat nilai *Durbin-Watson* (*dw*). Menurut (Ni Wayan Ade Rosita dkk, 2019), patokan pengambilan keputusan dalam melihat ada tidaknya korelasi pada model persamaan regresi linier adalah dengan berpatokan nilai *Durbin-Watson* mendekati angka 2, bila nilai *Durbin-Watson* mendekati angka 2 maka tidak terdapat autokorelasi pada model persamaan regresi tersebut. Berikut ini beberapa ketentuan dalam pengambilan keputusan autokorelasi:

- a) Nilai *Durbin-Watson* antara 0 s/d 1,5 artinya terdapat autokorelasi positif

b) Nilai *Durbin-Watson* antara 1,5 s/d 2,5 artinya tidak terdapat autokorelasi

c) Nilai *Durbin-Watson* antara 2,5 s/d 4 artinya terdapat autokorelasi negatif

3) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk melihat ada tidaknya korelasi antar variabel bebas (Niken Nanincova, 2019). Dikatakan tidak terjadi korelasi jika nilai *tolerance* > 0,1 dengan nilai VIF < 10.

4) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya data yang heterokedastisitas dengan melihat grafik *scatterplot* (Niken Nanincova, 2019). Data yang dikatakan lolos uji heterokedastisitas dan dapat dilanjutkan untuk uji rerresi linier berganda adalah data yang homokedastisitas.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier dilakukan guna untuk melihat seberapa besar nilai pengaruh antara tiga variabel bebas yaitu citra merek, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap variabel terikatnya loyalitas.

Untuk membuktikan ada tidaknya hubungan antara variabel- variabel tersebut, maka berikut ini adalah persamaan regresi linear berganda yang terdapat dalam penelitian ini:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas

X1 = Citra Merek

X2 = Kualitas Produk

X3 = Kualitas Layanan

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

e = *Error*

d. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui kekuatan atau keeratan hubungan antara variabel bebas yaitu citra merek, kualitas produk dan kualitas layanan dengan variabel terikatnya yaitu loyalitas.

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur dan mengetahui kemampuan model persamaan regresi linier berganda dalam menerangkan *variance* variabel terikatnya (Ismail & Sudarmadi, 2019).

Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada kolom *R Square*, jika nilai *R Square* kecil berarti kemampuan variabel bebas untuk menerangkan variabel terikat sangat terbatas, namun apabila nilai *R Square* mendekati angka satu artinya variabel bebas mampu dengan baik menerangkan variabel terikat.

G. Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji hipotesis dengan uji t dilakukan untuk melihat terdapatnya pengaruh secara parsial antara variabel bebas yaitu citra merek, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap variabel terikatnya yaitu loyalitas. (Niken Nanincova, 2019). Berikut ini adalah beberapa ketentuan wajib dalam uji t:

- a. Jika nilai signifikansi hasil perhitungan statistik $\leq 0,05$ dan nilai t hitung $\geq t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga berarti terdapat pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. Jika nilai signifikansi hasil perhitungan statistik $\geq 0,05$ dan nilai t hitung \leq nilai t tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga berarti variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

2. Uji F

Uji hipotesis dengan uji F dilakukan untuk melihat terdapatnya pengaruh secara simultan variabel bebas yaitu citra merek, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap variabel terikatnya yaitu loyalitas. Serta untuk melihat kelayakan model persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini dengan bantuan uji hipotesis statistik (Niken Nanincova, 2019). Ketentuan keputusan yang wajib diambil dalam uji F adalah, berikut ini:

- a. Jika nilai signifikansi hasil perhitungan statistik $\leq 0,05$ dan nilai F hitung \geq F tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga berarti terdapat pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. Jika nilai signifikansi hasil perhitungan statistik $\geq 0,05$ dan nilai F hitung \leq F tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga berarti tidak terdapat pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat.

