

1. Variabel Bebas (X) (*Independent Variabel*)

Variabel bebas adalah variabel yang diduga mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.²⁶ Adapun variabel bebas pada penelitian ini adalah Kepercayaan, yaitu kemauan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi.²⁷

2. Variabel Terikat (Y) (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain-lain.²⁸ Variabel ini berubah atau muncul akibat dari pengaruh variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah Loyalitas Konsumen. Loyalitas Konsumen merupakan suatu ukuran keterlibatan pelanggan kepada sebuah merek..²⁹

Berdasarkan dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat tersebut, dapat diidentifikasi berdasarkan indikator pada masing-masing variabel yaitu sebagai berikut:

²⁶ Safuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 62.

²⁷ Vanessa Gaffar, *Customer Relationship Management and Marketing Public Relations*, 72.

²⁸ Safuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*, 62.

²⁹ Durianto, Dkk, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, 126.

Tabel 3.1
Operasional Variabel X

Variabel	Variabel Indikator	Diskripsi Indikator
Kepercayaan Konsumen (X)	Integritas	Konsumen percaya bahwa produk sesuai dengan yang informasi yang diberikan perusahaan
	Kompetensi	Produk sesuai dengan kemampuan dan memenuhi kebutuhan konsumen
	Kebaikan	Konsumen memperoleh hasil dari produk melalui manfaat yang dihasilkan produk

Sumber: Indikator Kepercayaan dalam Herdiyanto Husain (2017)

Tabel 3.2
Operasional Variabel Y

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Loyalitas Konsumen (Y)	Melakukan Pembelian secara teratur	1. Konsumen melakukan pembelian dalam jumlah banyak 2. Konsumen membeli produk tambahan
	Membeli antar lini produk dan jasa	Membeli produk dan jasa pada perusahaan yang sama
	Mereferensikan kepada orang lain	1. Konsumen memberikan rekomendasi produk kepada orang lain 2. Konsumen menyampaikan hal positif ke orang lain
	Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing	Mendemonstrasikan keunggulan produk

Sumber: Indikator Loyalitas Konsumen dalam Finalia Annisa (2018)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan suatu kesatuan individu atau subyek pada wilayah dan waktu serta dengan kualitas tertentu yang akan diamati atau diteliti.³⁰

Populasi dalam penelitian ini adalah santri Pondok Pesantren Gedongsari Prambon Nganjuk, dari jumlah seluruh santri 392, dan yang menggunakan sabun mandi merek Lifebuoy sebanyak 210 santri. Dengan begitu, populasi yang dipilih berjumlah 210 santri.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.³¹ Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. Teknik ini merupakan teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi seluruh anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.³² Selanjutnya, ditentukan jumlah sampel dengan menggunakan perhitungan sampel menurut Isaac Michael³³, yaitu:

$$s = \frac{\pi^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \pi^2 \cdot P \cdot Q}$$

³⁰Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), 101.

³¹Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2014), 62.

³²Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 76.

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*, 128-129.

Keterangan:

s = Jumlah sampel

π^2 = Chi kuadrat yang harganya tergantung derajat kebebasan dan tingkat kesalahan bisa 1%, 5% dan 10%. Untuk derajat kebebasan 1 dan kesalahan 5% harga Chi kuadrat = 3,841 (Terlampir di bagian lampiran)

N = Jumlah populasi

P = Peluang benar (0,5)

Q = Peluang salah (0,5)

d = Perbedaan antara sampel yang diharapkan dengan yang terjadi.
Perbedaan bisa 1%, 5%, 10%.

$$s = \frac{3,841 \cdot 210 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2(210 - 1) + 3,841 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$s = \frac{201,6525}{0,0025(209) + 0,96025}$$

$$s = \frac{201,6525}{0,5225 + 0,96025}$$

$$s = \frac{201,6525}{1,48275}$$

$$s = 135,9$$

$$s = 135$$

Adapun dari hasil perhitungan sampling menurut rumus Issac Michael didapatkan hasil 135,9 atau dibulatkan menjadi 135 responden yang menjadi sampel.

E. Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau objek penelitian.³⁴ Data primer merupakan data atau informasi dari sumber pertama, biasanya kita sebut dengan responden. Data atau informasi diperoleh melalui pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuesioner atau lisan dengan menggunakan metode wawancara.³⁵ Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer pada penelitian ini bersumber dari hasil jawaban kuesioner yang disebar kepada responden pada santri Pondok Pesantren Gedongsari Prambon Nganjuk.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah tehnik atau cara-cara yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data.³⁶ Selalu ada hubungan antara metode pengumpulan data dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan.³⁷

Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.³⁸ Metode ini digunakan untuk

³⁴ Suharyadi dan Purwanto, *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), 14.

³⁵ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 16.

³⁶ Zuraidah, *Statistika Deskriptif*, (Kediri: STAIN Kediri, 2011), 34.

³⁷ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 153.

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 230.

memperoleh data dari santri putri Pondok Pesantren Gedongsari Prambon Nganjuk.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bagi peneliti yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian.³⁹ Instrumen disusun berdasarkan operasionalisasi variabel yang telah dibuat dengan disusun berdasarkan skala yang sesuai.

Berdasarkan penelitian ini, instrumen penelitian berupa pedoman angket. Angket akan digunakan sebagai alat untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen sabun mandi merek Lifebuoy. Olehkarena itu, dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah metode angket. Angket adalah daftar pertanyaan yang akan diberikan kepada responden baik secara langsung atau tidak langsung.⁴⁰ Adapun angket ini digunakan untuk memperoleh data santri pada Pondok Pesantren Gedongsari Prambon Nganjuk.

Memberi skor digunakan untuk penilaian jawaban kuesioner atau angket yang disebar dalam penelitian ini, pemberian skor adalah sebagai berikut:

³⁹ Rully Indrawan dan R. Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen Pembangunan dan Pendidikan*, (Bandung: Rafika Aditama, 2014), 112.

⁴⁰ Husaini Usman, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1998), 60.

- a. Untuk jawaban a, Sangat Setuju skor 5
- b. Untuk jawaban b, Setuju skor 4
- c. Untuk jawaban c, Netral skor 3
- d. Untuk jawaban d, Tidak setuju skor 2
- e. Untuk jawaban e, Sangat tidak setuju skor 1

H. Analisis Data

Analisis data adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis terhadap data yang diperoleh agar dapat dipresentasikan semuanta kepada orang lain.⁴¹ Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Teknik analisis data berupa angka-angka menggunakan bantuan dari program SPSS 21 Adapun langkah-langkah yang akan dilakukan peneliti adalah:

1. Persiapan

- a. Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden
- b. Mengecek kelengkapan data yang diterima
- c. Mengecek jawaban responden terhadap variabel utama, jika tidak lengkap maka item tersebut harus di drop.⁴²

2. *Editing* (membersihkan data)

Data yang masuk perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan akan pengisiannya, mungkin ada yang tidak lengkap, tidak sesuai, dan sebagainya, kegiatan mengkoreksi atau melakukan

⁴¹ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), 103.

⁴² Hamzah B.Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya di Bidang Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 23.

pengecekan ini disebut dengan *editing*.⁴³ Tujuan dari *editing* adalah jawaban yang didapatkan dari responden perlu diadakan pembersihan atau pemeriksaan kembali karena tidak semua jawaban yang diberikan responden itu benar.

3. *Coding* dan *Categorizing*

Proses berikutnya adalah *coding*, yaitu memberi atau membuat kode-kode pada tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama.⁴⁴ Kode adalah syarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka dan huruf-huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi atau data yang akan dianalisis. Sedangkan untuk pengkategorian adalah penggolongan data yang ada pada daftar pertanyaan ke dalam kategori variabelnya masing-masing. Dalam penelitian ini variabel-variabel yang terikat adalah sebagai berikut:

- a. Untuk variabel pertama, yaitu kepercayaan (X)
- b. Untuk variabel kedua, yaitu loyalitas konsumen (Y)

4. *Scoring* (Memberi Skor)

Scoring adalah memberikan skor-skor terhadap item-item yang perlu diberikan skor. Proses ini adalah memberikan skor atau angka-angka pada lembar jawaban angket tiap subyek, tiap skor, dan pada tiap pertanyaan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat pilihan sebagai berikut:

⁴³ Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Bagian Penelitian Fakultas Ekonomi UII, 1996), 81.

⁴⁴ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), 24.

- a. Untuk jawaban a, Sangat Setuju skor 5
- b. Untuk jawaban b, Setuju skor 4
- c. Untuk jawaban c, Netral skor 3
- d. Untuk jawaban d, Tidak setuju skor 2
- e. Untuk jawaban e, Sangat tidak setuju skor 1

5. *Tabulating* (Penyusunan Tabel)

Tabulating adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Jawaban-jawaban yang serupa dikelompokkan dengan cara teliti dan teratur, kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang masuk dalam kategori.

6. *Processing*

Processing yaitu menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik. Pada tahap penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 21 dengan menggunakan analisis statistik.

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Sedangkan cara menguji validitas yaitu dengan mengukur korelasi antara butir-butir

pertanyaan dengan skor pertanyaan secara keseluruhan.⁴⁵ Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan bantuan SPSS 21.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.⁴⁶ Pengujian reliabilitas menggunakan bantuan aplikasi SPSS 21.

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskripsi digunakan untuk mempermudah pembaca, data yang diperoleh kemudian diolah dan dideskripsikan. Data ini berguna untuk mengetahui tingkat Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Pondok Pesantren Gedongsari Prambon Nganjuk.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak, karena yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Distribusi normal yakni data yang tidak menceng

⁴⁵ Purbayu Budi dan Ashari, *Analisis dengan Microsoft dan SDSS*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 247- 248.

⁴⁶Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian.*, 365.

ke kiri atau ke kanan. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, *skewness*, dan kurtosis.⁴⁷

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pada penelitian ini untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas pada data dilakukan dengan melihat grafik *scatter plot*.

c. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan atau korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan uji *Durbin-Watson*

4. Uji Korelasi

Korelasi merupakan istilah statistik yang menyatakan derajat berhubungan linier antara dua variabel atau lebih. Yang dikemukakan oleh Karl *person* pada awal 1900. Oleh karena itu terkenal dengan sebutan korelasi *Pearson Product Moment* (PPM).⁴⁸ Analisis ini menggunakan *pearson correlation* untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen santri putri Pondok Pesantren Gedongsari Prambon Nganjuk pada sabun mandi

⁴⁷ Sunjoyo, *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 219.

⁴⁸Ibid., 59.

merek Lifebuoy. Adapun rumus yang digunakan biasanya dalam uji korelasi yaitu:

$$r_{hitung} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana:

r_{hitung} = Koefisien korelasi r pearson

n = Jumlah sampel

$\sum xy$ = Jumlah skor total (seluruh item)

x = Jumlah skor variabel bebas

y = Jumlah skor variabel terikat

Korelasi *Product Moment* merupakan perhitungan untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel tak bebas (Y) dan data terbentuk interval dan rasio.⁴⁹ Berikut merupakan interpretasi korelasi *Product Moment*:

⁴⁹ Husain Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 197

Tabel 3.3
Interpretasi Korelasi *Pearson Product Moment*⁵⁰

Interval Koefisien	Interpretasi
0,00	Antara variabel x dan y terdapat korelasi yang sangat rendah
0,10-0,299	Antara variabel x dan y terdapat korelasi yang rendah
0,30-0,499	Antara variabel x dan y terdapat korelasi yang cukup
0,50-0,699	Antara variabel x dan y terdapat korelasi yang kuat
0,70-1,000	Antara variabel x dan y terdapat korelasi yang sangat kuat

5. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui sejauh mana perubahan nilai variabel dependen bila variabel independen dimanipulasi atau dirubah atau dinaik-turunkan.⁵¹ Secara umum persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y = Variabel kriterium (variabel loyalitas konsumen)

X = Variabel predictor (variabel kepercayaan)

a = Konstanta

b = Koefisien arah regresi linier.⁵²

⁵⁰ C. Trihendradi, *7 Langkah Melakukan Analisis Statistik Menggunakan SPSS 21*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2009), 197-198.

⁵¹ *Ibid.*, 219.

⁵² Hussaini Usman dan Purnomo Setiadi, *Pengantar Statistik*, 219.

6. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Langkah-langkah pengujian uji f yaitu:

- a. Menentukan hipotesis nihil dan alternatif

$H_0 : \beta = 0$, artinya variabel kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen;

$H_0 : \beta \neq 0$, artinya variabel kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

- b. *Lefel of significant* $\alpha = 0,05$

Derajad kebebasan (dk) : k-1 dan derajad kebebasan (dk2) : n-k

Derajad kebebasan (dk) : n-k

F tabel = $\alpha = 0,05$; (dk1) ; (dk2)

- c. Kriteria dan aturan pengujian

H_0 diterima apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$;

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$.

- d. Kesimpulan

Membandingkan antar F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka dapat ditentukan apakah H_0 diterima atau ditolak.⁵³

⁵³ Damondar Gujarati, *Dasar-dasar Ekonometrika*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 193.

7. Uji Signifikasi Regresi (Uji T)

Untuk menguji bisa tidaknya model regresi tersebut digunakan dan untuk menguji kebenaran hipotesis yang dilakukan maka diperlukan pengujian statistik dengan cara Uji T.

Uji t untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen dilakukan uji t atau t-statistik. Jika t hitung lebih kecil dari t tabel maka H_0 diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen. Apabila t hitung lebih besar daripada t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.⁵⁴

8. Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinan (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinan adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen.⁵⁵

⁵⁴Ali Anwar, *Statistik Untuk Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya SPSS dan Excel* (Kediri: IAIT Press, 2009), 146.

⁵⁵Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 83.

Dalam penelitian ini perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel X (Kepercayaan) dalam menjelaskan variabel terikat Y (Loyalitas Konsumen). Kriteria pengujian $R^2 = 0$, artinya variabel bebas sama sekali tidak menerangkan variasi variabel terikat. Jika R^2 semakin mendekati 1, yang berarti mendekati 100% artinya variabel bebas mampu menerangkan variasi variabel terikat.⁵⁶

⁵⁶Ibid.,83.