BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu proses penelitian yang memakai data dalam bentuk digital sebagai sarana untuk mencari informasi yang ingin kita ketahui.¹

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian korelasi. Penelitian yang dilakukan untuk menjelaskan suatu hubungan atau pengaruh dari satu variabel maupun lebih disebut dengan penelitian korelasi.² Dengan menggunakan penelitian korelasi, peneliti dapat menunjukkan ada atau tidaknya hubungan atau seberapa besar pengaruh antara variabel (X) kepuasan konsumen dengan variabel (Y) loyalitas konsumen.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi objek dalam penelitian ini terletak di Desa Sukorejo Manten, Dusun Sukorejo, Kecamatan Udanawu Kabupaten Blitar. Penelitian ini dilakukan pada konsumen sabun *Multi Beauty* Tim Nadia Hoky.

¹Deni Damarwan, *Metodh Penelitiian Kwantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 37.

²Suryany, Hendriadi, *Metodh riset Kwantitatif: Teori dan aplikaisi Pada Penelitian bidang Managemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2016), 119.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi ialah suatu wilayah yang tergeneralisasi, yang meliputi objek atau topik dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.³

Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud ialah keseluruhan yang diteliti oleh peneliti, yakni konsumen sabun *Multi Beauty* Nadia Hoky pada tahun 2020 dengan intensitas melakukan transaksi ulang lebih dari 2 kali transaksi yaitu berjumlah 184 orang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari ukuran dan karakteristik populasi. *Probability sampling* dipilih untuk menjadi metode pengambilan sampel dalam penelitian ini. Metode ini ialah tehnik pengambilan sampel yang memberi kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap anggota populasi yang dipilih sebagai sampel.⁴

Teknik *sampling* yang digunakan oleh peneliti pada *probability sampling* ini dengan memakai teknik *simple random sampling*. *Simple random sampling* merupakan teknologi pengambilan sampel secara acak, tanpa memperhatikan kelas atau

³Sugiono, *Metodh Penelitian Kwantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 80.

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 122.

kelompok populasi. Untuk penentuan ukuran sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:⁵

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Taraf kesalahan (error) sebesar 0,01 (10%)

Berdasarkan rumus diatas, diketahui besarnya jumlah sampel (n) sebagai berikut :

$$n = \frac{184}{1 + 184 (0,01)^2}$$

$$n = \frac{184}{1 + 1,84}$$

$$n = \frac{184}{2,84}$$

$$n = 64,8 = 64 \text{ sampel}$$

Dari perhitungan diatas, bisa disimpulkan bahwa peneliti mengambil sampel konsumen sabun *Multi Beauty* pada Team Nadia Hoky sejumlah 64 orang.

⁵Ibid., 219

D. Definisi Operasional Variabel

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

Variabel bebas ini biasa disebut sebagai variabel *stimulus*, *presiktor*, *antecedent*. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen. Pengukuran variabel kepuasan konsumen dalam penelitian ini memakai indikator yang diadopsi dari Kotler yaitu:⁶

Tabel 3.1

Operasional Variabel Kepuasan Konsumen (X)

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Kepuasan konsumen	Kualitas Layanan	Pelayanan yang baik dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen, maka mereka akan merasa puas.
	Kualitas Produk	Konsumen merasa puas ketika menggunakan produk yang mempunyai kualitas tinggi.
	Emosional	Konsumen akan merasa senang dan kagum terhadap suatu produk yang mereka suka, yang mengarah pada nilai kepuasan konsumen.

⁶ Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 158.

	Harga	Produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relative murah akan memberikan konsumen nilai yang relative tinggi sehingga menimbulkan kepuasan.
	Biaya dan Kemudahan	Konsumen tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk dan jasa itu dan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan lagi.

Sumber: Indikator Kepuasan Konsumen dalam skripsi Helisia Krisdayanti (2017)

b. Variabel Terikat (Y) (*Dependen Variabel*)

Variabel terikat biasa disebut dengan variabel *ouyput*, kriteria, konsumen. Variabel terikat ialah variabel yang dipengaruhi oleh adanya variabel bebas atau variabel hasil.⁷

Variabel terikat dalam penelitian ini ialah loyalitas konsumen.

Dalam penelitian ini, loyalitas konsumen diukur menggunakan 3 indikator menurut Fandy Tjiptono⁸, yang meliputi:

⁷Sugiono, *Metodh Penelitian Kwantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 39.

⁸ Fandy Tjiptono, *Total Quality Service*, (Yogyakarta: ANDI, 2003), 107.

Tabel 3.2

Operasional Variabel Loyalitas Konsumen (Y)

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Loyalitas Konsumen (Y)	Pembelian Berulang	Pembelian kembali adalah hasil asal dominasi pasar suatu perusahaan yang berhasil mengubah produknya sebagai satu-satunya produk alternatif. Selain itu, pembelian kembali juga ialah yang akan terjadi dari kegiatan promosi yang dilakukan untuk menarik serta merayu konsumen agar membeli ulang merk atau produk yang sama.
	Memberikan Referensi Kepada Orang Lain	Pelanggan setia berpotensi untuk menjadi <i>word of mouth advertiser</i> bagi perusahaan.
	Penolakan Terhadap Produk	Konsumen yang loyal terhadap produk atau perusahaan tertentu cenderung terhubung dengan merk maupun

	Pesaing (Kesetiaan)	perusahaan tersebut dan cenderung untuk membeli ulang produk yang sama dari perusahaan tersebut, dan masih banyak alternative lainnya.
--	------------------------	--

Sumber: indikator Loyalitas Konsumen dalam skripsi Helisia Krisdayanti (2017).

E. Sumber Data Penelitian

Data yang digunakan untuk memperoleh data objektif dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Sumber data yang memberikan data langsung kepada peneliti.⁹

b. Data Sekunder

Sumber data yang memberikan peneliti data secara tidak langsung.¹⁰

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ialah suatu hal yang penting dan strategis posisinya didalam seluruh alur penelitian. Selain itu juga merupakan alat bantu dalam mengumpulkan data. Alat bantu instrerumen penelitian ini iadalah kuesioner. Alat yang digunakan untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen disebut dengan

⁹Sugiono, *Metodh Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 225.

¹⁰Ibid., 225.

kuesioner. Jumlah instrument penelitian ini tergantung berdasarkan banyaknya variabel penelitian yang ditentukan oleh peneliti.

G. Analisis Data

Analisis data menurut Lexy J. Moloeng ialah proses pengorganisasian serta pengelompokan data ke dalam kategori, pola, serta unit uraian dasar, sehingga topik bisa ditemukan dan hipotesis kerja dapat dirumuskan berdasarkan petunjuk data.¹¹

Langkah-langkah dalam mengolah data setelah pengumpulan data, antara lain:

a. *Editing* (membersihkan data)

Penyusunan data yang terkumpul diperiksa ulang untuk menghindari kesalahan penulisan.¹²

b. *Coding* dan *Categorizing*

Coding merupakan pemberian dan pembuatan kode dalam seluruh data yang termasuk pada kelompok yang sama. *Categorizing* ialah mengelompokkan data yang terdapat dalam kuesioner ke dalam berbagai kategori variabel. Dalam penelitian ini *coding* dan *categorizing*, yaitu:¹³

- 1) Untuk variabel pertama, yaitu kepuasan konsumen (X)
- 2) Untuk variabel kedua, yaitu loyalitas konsumen (Y)

¹¹Ikbal Hasan, dkk., *Analisi Data Penelitian dengan Statistic*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 33.

¹²Moh Nazir, *Metodh Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 304

¹³ Marzuki, *Methodologi Penelitian Riset*, (Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 2006), 81.

c. *Scoring* (memberi skor)

Skor yang diberikan dapat digunakan untuk mengungkapkan jawaban atas pertanyaan pada kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini sebagai berikut:

Penentuan skor untuk pernyataan positif sebagai berikut:

- 1) Sangat Setuju (SS) bobot nilai : 5
- 2) Setuju (S) bobot nilai : 4
- 3) Kurang Setuju (KS) bobot nilai : 3
- 4) Tidak Setuju (TS) bobot nilai : 2
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS) bobot nilai : 1

d. *Tabulating Data* (tabulasi data)

Setelah skor dicatat secara sistematis, data yang terkumpul akan lebih mudah dianalisis. Kemudian data tersebut akan disajikan dalam sebuah tabel di Microsoft Excel.

e. *Processing*

Menghitung dan mengolah maupun menganalisis sebuah data dengan statistic ialah *processing*.¹⁴ Teknis analisis dalam *processing* yang digunakan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

¹⁴Bambang Prasetio, Linna Miftakhul Jannah, *Metodh Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 184.

1) Uji Validitas

Untuk mengukur sah atau tidak validnya suatu kuesioner menggunakan uji validitas. Kuesioner bisa dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuisisioner dapat menjelaskan sesuatu yang hendak diukur oleh kuiesioner.¹⁵

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas (*reliability*) berasal dari kata *reliable* yang memiliki arti dapat dipercaya. Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan seberapa familiar atau reliabel alat pengukur dapat diandalkan. Berikut merupakan kriteria uji reliabilitas instrument melalui teknik *cronbach's alpha*¹⁶:

Tabel 3.3

Kriteria Tehnik *Cronbach's Alpha*

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Kategori</i>
0,81 - 1,00	Sangat Reliabel
0,61 – 0,80	Reliabel
0,41 – 0,60	Cukup Reliabel
0,21 – 0,40	Agak Reliabel
0,00 – 0,20	Kiurang Reliabel

¹⁵Imam Ghaali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 52.

¹⁶Ibid., 80.

Sumber: Imam Machali “*Metodh Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*”

3) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, regresi, model, dan nilai residu/perbedaan variabel independen keduanya berdistribusi normal. Model regresi yang akurat yaitu memiliki nilai residual yang berdistribusi normal.¹⁷

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah akan menyimpang dari asumsi heteroskedastisitas klasik, yaitu ketidaksamaan varian sisa dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.¹⁸

f. Analisis Korelasi *Bivariate* (Korelasi Sederhana)

Korelasi sederhana adalah salah satu metode statistik yang digunakan untuk menentukan kedekatan atau kekuatan

¹⁷Sunjono et. al., *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 59.

¹⁸V. Wiatama Sujarwenii, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2007), 180.

hubungan linier antara dua variabel yang terdiri dari satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y).¹⁹

Tabel 3.4

Kriteria Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat rendah
0,20 – 0,39	Rendah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat kuat

Sumber: Imam Machali “*Metodh Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*”

g. Regresi Linear Sederhana

Ini adalah salah satu metode statistik infertilitas yang digunakan untuk mengukur pengaruh suatu variabel bebas (X)

¹⁹Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 133.

terhadap variabel terikat (Y).²⁰ Persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel dependen atau variabel terikat

X = variabel independen atau variabel bebas

a = konstanta (nilai Y apabila X=0)

b = koefisien regresi

h. Uji T

Hal ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

a. Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen.

b. Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

i. Koefisien Determinasi Parsial (R^2)

Dalam observasi ini, perhitungan untuk mengetahui korelasi mengukur sejauh mana variabel independen x (kepuasan konsumen) dapat menjelaskan variabel dependen Y

²⁰Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 149.

(loyalitas konsumen). Dalam hal ini uji koefisien determinasi (R^2) menggunakan bantuan program SPSS 16.