

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif yakni penelitian yang hasil penelitiannya disajikan berupa angka-angka dan analisa menggunakan statistik. Kemudian, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei. Dalam penelitian survei, informasi yang dikumpul dari responden dengan menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono, penelitian survei adalah pengumpulan data yang menggunakan instrumen kuesioner atau wawancara untuk mendapatkan tanggapan dari responden.⁴⁰

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas siswi menggunakan produk bedak merek My Baby. Maka, rancangan penelitian ini untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional antara variabel bebas X yaitu tingkat kepercayaan terhadap variabel Y yaitu loyalitas konsumen.

B. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel

⁴⁰Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2015), 13.

yang diuji dalam penelitian ini ada 2 variabel. Sesuai dengan paradigma yang ada terdapat satu variabel independen/bebas dan satu variabel dependen/terikat.

1. Variabel bebas (X) (Independent Variabel)

Variabel bebas adalah variabel yang diduga mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah: Kepercayaan (*Trust*), yaitu pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya, dan manfaatnya. Atau dalam arti kemauan seseorang untuk mempercayakan sebuah merek untuk melakukan atau menjelankan sebuah fungsi.⁴¹

2. Variabel terikat (Y) (Dependent Variabel)

Variabel terikat adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain-lain. Variabel ini berubah atau muncul akibat dari pengaruh variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen adalah komitmen untuk bertahan secara mendalam dengan melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali dengan produk atau jasa yang diminati secara konsisten dimasa yang akan datang meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perilaku berpindah.

Loyalitas konsumen diukur dengan berdasarkan faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen, hal tersebut mengacu kepada teori Zikmund dalam bukunya Vanessa Gaffar yaitu : Ikatan Emosi (*Emotional*

⁴¹ Gaffar, *Management and Marketing Public Relations*, (Bandung: ALFABETA, 2007), 72.

Bonding), Kepercayaan (*Trust*), Kepuasan (*Satisfaction*), Kemudahan (*Choice reduction and habit*), Pengalaman (*History with the company*).⁴²

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

Tabel 3.1
Operasioanal Variabel X

Variabel	Indikator Variabel	Deskripsi Indikator
Kepercayaan Konsumen (X)	Kemampuan (<i>Ability</i>)	Kemampuan adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki penjual untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut.
	Kebaikan (<i>Benevolence</i>)	<i>Benevolence</i> adalah seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen. <i>Benevolence</i> merupakan kesediaan penjual untuk melayani kepentingan konsumen.
	Integritas (<i>Integrity</i>)	Seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

Sumber: Indikator menurut Farida Jasfar (2009) dalam skripsi Navikhatul Oktaviani.⁴³

Tabel 3.2
Operasional Variabel Y

Variabel	Indikator Variabel	Deskripsi Indikator
Loyalitas Konsumen (Y)	Melakukan pembelian secara teratur	a. Konsumen melakukan pembelian ulang dalam jumlah banyak. b. Konsumen membeli produk tambahan.
	Membeli antar lini produk dan jasa	Membeli produk dan jasa pada perusahaan yang sama
	Mereferensikan kepada orang lain	a. Konsumen memberi rekomendasi produk ke orang lain

⁴² Ibid., 72.

⁴³ Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, 164.

		b. Konsumen menyampaikan hal positif ke orang lain
	Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing	Mendemonstrasikan keunggulan produk.

Sumber: Indikator Loyalitas Konsumen menurut Jill Griffin (2005) dalam skripsi Navikhatul Oktaviani.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen bedak My Baby sebanyak 99 responden yang merupakan siswi SMKN2 Kediri di Jl. Veteran No.05 Kota Kediri, Jawa Timur.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁴ Populasi bisa dikatakan dengan keseluruhan objek penelitian. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen produk bedak My Baby yang juga merupakan siswi SMKN 2 Kediri yakni sejumlah 99 siswi.

Sampel adalah bagian sebagian atau keseluruhan populasi yang dapat merepresentasikan populasi secara menyeluruh.⁴⁵ Menurut Arikunto, apabila populasinya kurang dari 100 orang lebih baik diambil semuanya sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, selanjutnya jika jumlah populasinya lebih dari 100 orang maka diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.⁴⁶ Jadi sampel

⁴⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 148.

⁴⁵ Ibid., 63.

⁴⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 120.

dalam penelitian ini menggunakan sampel total yakni jumlah seluruh siswi konsumen bedak My Baby yang berjumlah 99 siswi.

E. Sumber Data Penelitian

Sumber data adalah subjek dimana data tersebut diperoleh. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari objeknya.⁴⁷ Data primer dalam penelitian ini berupa data mengenai gambaran umum responden, penelitian umum responden mengenai Kepercayaan (*Trust*) dan Loyalitas konsumen pada bedak merek My Baby. Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui hasil pengelolaan pihak kedua dari hasil penelitian lapangan. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti lembaga-lembaga penelitian swasta atau pemerintahan. Data dapat diperoleh dari masing-masing lembaga tersebut, baik itu berupa laporan-laporan, buku-buku, profil, atau literatur yang lainnya.⁴⁸ Peneliti menerima data sekunder dari bagian tata usaha SMKN 2 Kediri kemudian mengolahnya.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mendapatkan data yang diinginkan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Metode observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi merupakan

⁴⁷ Supramono dan Sugianto, *Statistika*, (Yogyakarta: Adi offset, 1993), 58.

⁴⁸ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 114.

metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap objek penelitian yang dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengamatan langsung terhadap lokasi penelitian di SMKN 2 Kediri. Teknik pengumpulan data observasi digunakan untuk memperoleh data proses jalannya pengisian angket.

2. Angket

Metode angket dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan tertentu yang akan dijawab responden penelitian, agar peneliti memperoleh data lapangan/empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁴⁹

Dalam metode ini peneliti menggunakan angket terstruktur (structure questionnaire) yaitu jawaban yang diajukan sudah disediakan oleh peneliti. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa jawaban atas rumusan masalah, yaitu:

- a. Kepercayaan (*Trust*) dalam menggunakan produk bedak My Baby
- b. Loyalitas konsumen terhadap merek My Baby
- c. Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen pada merek bedak My Baby.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan-catatan, buku-buku, surat

⁴⁹ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), 127

kar, majalah, internet, dan lain-lain yang berkaitan dengan seluk beluk suatu objek.⁵⁰ Metode ini digunakan untuk memperoleh data mengenai:

- a. Segala hal yang terkait dengan produk bedak My Baby
- b. Sejarah SMKN 2 Kediri
- c. Jumlah Siswi kelas XI pada SMKN 2 Kediri

Data mengenai SMKN 2 Kediri dan siswi diperoleh secara langsung oleh peneliti dari kantor tata usaha SMKN 2 Kediri tersebut dan data yang ada sesuai yang diperlukan oleh peneliti.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan sesuatu yang terpenting dan strategis kedudukannya di dalam keseluruhan kegiatan penelitian. Selain itu juga merupakan alat bantu peneliti dalam pengumpulan data.⁵¹ Alat bantu untuk instrumen penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pedoman Observasi

Alat bantu yang digunakan peneliti ketika mengumpulkan data melalui pengamatan dan pencatatan terhadap fenomena yang diselidiki yaitu berupa kertas dan buku serta alat tulis.

2. Pedoman Angket

Angket merupakan suatu lembaran yang berupa pertanyaan yang dijawab oleh responden, dengan memberikan tanda silang pada jawaban yang dipilih. Alat ini untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan (*Trust*) terhadap loyalitas konsumen. Dalam penelitian ini akan menggunakan daftar

⁵⁰ Irawan Soehartono, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995), 69.

⁵¹ Ridwan, *Skala pengukuran Variabel-variabel Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 52

pertanyaan (angket) yang berhubungan dengan Kepercayaan terhadap loyalitas konsumen.

3. Pedoman Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan-catatan, buku-buku, surat kabar, majalah, internet, dan lain-lain yang berkaitan dengan seluk-beluk suatu objek. Data sekolahan dan siswa yang diperoleh dari kantor tata usaha SMKN 2 Kediri.

H. Analisis Data

Analisis data adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis terhadap data yang diperoleh agar dapat dipresentasikan semuanya kepada orang lain.⁵² Analisis data dilakukan apabila data-data yang diperlukan telah terkumpul dan selanjutnya data tersebut digunakan untuk menarik kesimpulan yang objektif dan logis.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka peneliti menggunakan analisis korelasi produk moment dan analisi regresi dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 21. Adapun langkah-langkah mengolah data setelah terkumpul adalah:⁵³

1. *Editing* (Membersihkan Diri)

Data yang masuk (*raw data*) perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan –kekeliruan dalam pengisiannya, barangkali ada yang tidak lengkap, palsu, tidak sesuai, dan sebagainya. Pekerjaan mengoreksi atau melakukan pengecekan ini disebut editing. Jawaban yang didapat dari

⁵² Tanzeh, *Pengantar Metode...*, 103

⁵³ Mazuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 2006), 81

responden perlu diadakan pembersihan atau pemeriksaan kembali karena tidak semua jawaban yang diberikan responden itu benar, apakah semua jawaban sudah dijawabnya, apakah sudah benar dan sesuai dengan keadaan, dan lain-lain.

2. *Coding dan Categorizing*

Proses berikutnya adalah *coding*, yaitu pemberian atau pembuatan kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Sedangkan kategori adalah penggolongan data yang ada pada daftar pernyataan kedalam kategori variabelnya masing-masing.

Dalam penelitian ini coding dan categorizing adalah sebagai berikut:

- a. Untuk variabel pertama, yaitu Kepercayaan (X)
- b. Untuk variabel kedua, yaitu Loyalitas Konsumen (Y)

3. *Scoring*

Scoring adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. Proses ini adalah pemberian skor atau angka pada lembar jawaban angket tiap subjek, tiap skor dari item pernyataan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat option (pilihan).

Penentuan skor untuk pernyataan positif sebagai berikut:

- | | |
|--|-----|
| a. Sangat Sesuai (SS) bobot nilai | : 5 |
| b. Sesuai (S) bobot nilai | : 4 |
| c. Netral (N) bobot nilai | : 3 |
| d. Tidak Sesuai (TS) bobot nilai | : 2 |
| e. Sangat Tidak Sesuai (STS) bobot nilai | : 1 |

Sedangkan penentuan skor untuk pernyataan negatif sebagai berikut:

- a. Sangat Sesuai (SS) bobot nilai : 1
- b. Sesuai (S) bobot nilai : 2
- c. Netral (N) bobot nilai : 3
- d. Tidak Sesuai (TS) bobot nilai : 4
- e. Sangat Tidak Sesuai (STS) bobot nilai : 5

4. *Tabulating* (Tabulasi)

Tabulasi 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 peristiwa.

5. Deskripsi Data

Tahap yang digunakan dalam deskripsi data pada penelitian ini sebagai berikut:

a. Uji *Validitas*

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan analisis korelasi *product moment* dengan bantuan aplikasi SPSS 21.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 21. Ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁵⁴

- 1) Nilai *alpha* 0,00-0,2 berarti kurang *reliabel*
- 2) Nilai *alpha* 0,21-0,4 berarti agak *reliabel*
- 3) Nilai *alpha* 0,41-0,6 berarti cukup *reliabel*
- 4) Nilai *alpha* 0,61-0,8 berarti *reliabel*
- 5) Nilai *alpha* 0,81-1,00 berarti sangat *reliabel*

c. Analisi Deskriptif

Data yang diperoleh kemudian di deskripsikan agar pembaca bisa mudah dalam memahaminya. Data ini berguna untuk mengetahui tingkat Kepercayaan dan tingkat Loyalitas Konsumen terhadap Produk bedak My Baby.

d. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinieritas

Uji *Multikolinieritas* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolonieritas, yaitu ada hubungan linier antar variabel independen dalam modal regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya *multikolinieritas*. Ada beberapa metode-metode pengujian yang bisa digunakan:

⁵⁴ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009),97

- a) Dengan menggunakan nilai inflation (VIF) pada model regresi.
- b) Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R).
- c) Dengan melihat nilai *eigenvalue* dan *condition index*. Pada penambahan ini akan dilakukan uji *multikolinieritas* dengan melihat nilai *inflation* (VIF) pada model regresi. Menurut Santoso, pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.⁵⁵

2) Uji Autokorelasi

Uji *Autokorelasi* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *autokorelasi*, yaitu korelasi yang terjadi antara *residual* ada atau pengamatan dengan pengamatan pada model regresi.⁵⁶ Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin-Watson (Uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika d lebih kecil dari D_L . Atau lebih besar dari $(4 - d_L)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat auto korelasi.
- b) Jika d terletak antara d_L dan d_U atau diantara $(4 - d_U)$ dan $(4 - d_L)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Nilai d_U dan d_L dapat diperoleh tabel statistik Durbin Watson yang bergantung banyaknya obeservasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan.

⁵⁵ Dwi Prianto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 68

⁵⁶ Ibid, 68

3) Uji *Heteroskedastisitas*

Uji *Heteroskedastisitas* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *Heteroskedastisitas*. Yaitu terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan yang lain.⁵⁷ Cara untuk memprediksi ada tidaknya *Heteroskedastisitas* pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *scatterplot*, regresi yang tidak terjadi *Heteroskedastisitas* jika:

- a) Titik-titik data menyebar di atas, di bawah atau disekitar 0
- b) Titik-titik data yang mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
- c) Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- d) Penyebaran titik-titik data tidak terpola.

e. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Normalitas dapat dilihat pada grafik *Norma Probability Plot* dengan bantuan SPSS 22. Model regresi yang baik seharusnya distribusi residunya normal atau mendekati normal.

6. Uji Korelasi

Analisis korelasi menggunakan teknik *Person Product Moment* untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara Variabel bebas (X) dengan

⁵⁷ Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180

Variabel terikat (Y) dan data terbentuk interval dan rasio.⁵⁸ Adapun rumusnya sebagai berikut:

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

Keterangan:

r : Korelasi *Person Product Moment*

n : Jumlah sampel

x : Skor setiap pertanyaan/item

y : Skor total.⁵⁹

Tabel 3.3
Interpretasi nilai r *Product Moment*

Besarnya “r” Product Moment	Interprestasi
0,00-0,19	Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi, tapi sangat lemah.
0,20-0,39	Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi yang lemah atau rendah.
0,40-0,79	Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi yang sedang atau cukupan.
0,80-1,00	Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi yang sangat kuat.

7. Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan rumus regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berikut rumus regresi yang digunakan:

⁵⁸ Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006),197

⁵⁹ Misbahudin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 304

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (Loyalitas Konsumen)

a : Konstanta

x : Variabel bebas (Kepercayaan)

b : Koefisien regresi

8. Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat:

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ jadi H_0 diterima

$t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ jadi H_0 ditolak

9. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.⁶⁰ 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 berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika R^2 semakin mendekati 1, yang berarti 100% artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.

⁶⁰ Dwi Prianto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79