

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Peneliti memakai metode kuantitatif. Metode kuantitatif dilaksanakan dengan membuat rancangan yang terstruktur spesifik dan formal, serta mempunyai rancangan operasional yang detail (Yusuf, 2017: 58). Peneliti memperoleh data dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Kemudian data tersebut akan dianalisis melalui analisis linear berganda, karena mendukung penampilan data dalam bentuk tabel, grafik, dan gambar.

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti sifatnya replikasi yakni mengulang penelitian yang relevan dengan penelitian terdahulu baik dari segi variabel, indikator, obyek penelitian bahkan metode analisis yang yang dipakai. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ialah perusahaan yang diteliti dan periode waktunya.

#### **3.3 Lokasi Dan Periode Penelitian**

##### **3.3.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di Klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam yang beralamat beralamat di Jl. Raja Ali Kelana, Komp. Central Aladdin I, Blok A, Batam Center-Batam.

### 3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian dilaksanakan dari bulan Maret 2021- Agustus 2021, dan dapat dilihat dari tabel berikut:

Keterangan	Bulan					
	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Pengajuan Judul	■					
Bab 1		■				
Bab 2			■			
Bab 3				■		
Kuesioner				■		
Analisis Data				■		
Bab 4					■	
Bab 5					■	
Daftar Pustaka					■	
Daftar Isi					■	
Abstrak					■	
Penyerahan Hasil					■	
Sidang Skripsi						■
Pengumpulan Skripsi						■

### 3.4 Populasi Dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi ialah gabungan dari beberapa individual dengan karakteristik yang sudah ditentukan. Populasi ialah gabungan dari beberapa orang, peristiwa atau

semua hal yang memiliki karakteristik khusus (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016: 66). Populasi dalam penelitian ini merupakan pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam yakni sebanyak 130 orang.

### **3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel**

Sampel merupakan komponen dari populasi penelitian (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016: 67). Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif yang memakai metode *Sampling* tidak acak (*non probability sampling*) dengan sampel 130 orang.

### **3.4.3 Teknik Sampling**

Penentuan sampel dilaksanakan melalui teknik *sampling* jenuh, artinya semua populasi dalam penelitian sebanyak 130 orang semuanya akan dijadikan sampel penelitian.

## **3.5 Sumber Data**

Menurut (Rinaldi & Mujiyanto, 2017: 91) sumber data penelitian terbagi atas 2 bagian, yakni:

1. Data Primer

Yakni data yang didapatkan secara langsung dari sumber datanya. Data primer pada penelitian ini didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada narasumber yaitu pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam;

2. Data Sekunder

Yakni data yang didapatkan dari sejumlah sumber yang memang telah tersedia sebelumnya (peneliti merupakan pihak kedua). Laporan data dari sumber yang sudah disediakan akan digunakan sebagai data sekunder untuk penelitian ini;

### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

Peneliti mengumpulkan data dengan memakai metode *person* (responden, narasumber), *paper* (buku, jurnal), dan *place* (observasi ke lokasi penelitian).

#### *1. Parson*

Cara yang digunakan peneliti dalam memperoleh data dengan menyebarkan daftar pernyataan melalui *google form* yang diajukan kepada responden untuk dijawab dan akan dijadikan sumber primer. Dimana setiap pernyataan sudah diberikan *score* tertentu. Peneliti memakai Skala likert agar bisa mengukur suatu perilaku atau pandangan individu atau sekumpulan orang mengenai sebuah gejala sosial. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan pemberian *score*. Skala ini menetapkan 5 poin penilaian yang bersifat positif yang bisa diamati pada tabel berikut ini (Setiaman, 2020: 10);

**Tabel 3. 1** Skala Likert

<b>Pernyataan</b>	<b>Skor</b>
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (ST)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

### 2. *Paper*

Agar bisa memperoleh sebuah informasi peneliti memanfaatkan referensi buku dan juga dibantu dengan sumber-sumber lain, seperti jurnal serta kajian pustaka lain yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan;

### 3. *Place*

Cara yang digunakan peneliti dalam memperoleh data yaitu dengan mengobservasi lokasi penelitian;

### **3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Memperoleh deksripsi yang lebih jelas terkait sejumlah variabel yang dipakai pada penelitian, dimana variabel tersebut akan diubah jadi definisi yang absolut untuk mengukur sebuah variabel. Variabel ialah kejadian yang menjadi fokus penelitian untuk diamati atau diukur (Rinaldi & Mujianto, 2017: 52).

Ada 2 jenis variabel yang dipakai pada penelitian ini yakni variabel bebas dan terikat. Variabel bebas ialah variabel yang menyebabkan terjadinya perubahan

atau munculnya variabel lain yakni variabel terikat, sementara variabel terikat ialah variabel yang terpengaruh atau terkena dampak dari adanya variabel bebas (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016: 43). Yang merupakan variabel bebas pada penelitian ini ialah Variasi Produk (X1) serta Kualitas Pelayanan (X2), sementara variabel terikatnya ialah Loyalitas Pelanggan (Y).

Indikator merupakan nilai-nilai variabel yang akan diteliti yang digunakan untuk mengukur suatu hal yang terjadi dalam penelitian dan juga mengevaluasi keadaan. Indikator dari penelitian ini diuraikan dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 3. 2** Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Variasi Produk (X1)	Merupakan cara yang dilakukan suatu perusahaan dengan meanekaragamkan produknya agar konsumen bisa memperoleh produk yang diharapkan dan dibutuhkan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelengkapan produk.</li> <li>2. Merek produk.</li> <li>3. Ukuran produk yang bervariasi.</li> <li>4. Produk berkualitas.</li> </ol>	Likert
Kualitas Pelayanan (X2)	Merupakan penilaian yang diberikan oleh konsumen dengan membandingkan antara keinginan dan kebenaran yang didapatkan dari sebuah layanan yang diberikan penyedia jasa, baik itu penelitian secara sebagian atau secara menyeluruh.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>).</li> <li>2. Bukti Fisik.</li> <li>3. <i>Reliabiliti</i> (Kemampuan Memberi Layanan).</li> <li>4. Jaminan.</li> <li>5. Empati.</li> </ol>	Likert
Loyalitas Pelanggan (Y)	Merupakan wujud kesetiaan konsumen pada sebuah produk yang ditunjukkan dengan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengulang pembelian</li> <li>2. Kebiasaan menggunakan</li> </ol>	Likert

	<p>perilaku mereka yang tetap membeli dan memakai produk atau jasa dari sebuah perusahaan secara terus menerus dan tidak peduli dengan tawaran produk atau jasa dari perusahaan lainnya.</p>	<p>merek.  3. Sangat menyukai sebuah merek .  4. Ketentuan dalam merek.  5. Percaya jika merek tersebut adalah yang terbaik.  6. Merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain.</p>	
--	--	---	--

**Sumber:** Peneliti, 2021

### 3.8 Metode Analisis Data

Agar bisa menganalisis data yang sudah dikumpulkan dengan benar, peneliti menggunakan *Method* analisis dengan bantuan *software* SPSS 25 agar bisa menyempurnakan metode analisis yang bermanfaat dalam pengujian SPSS yaitu suatu aplikasi untuk menganalisis data statistik. Penelitian ini menggunakan sejumlah teknik analisis data yakni:

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Yakni metode analisis yang dilaksanakan dengan cara menguraikan data yang sudah dikumpulkan seperti keadaan yang sebenarnya dan tidak meringkas kesimpulan yang berlaku untuk generalisasi atau umum (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016: 106). Metode analisis ini menguraikan informasi mengenai variabel bebas yakni Variasi Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan variabel terikat Loyalitas Pelanggan (Y).

Agar bisa menetapkan kriteria analisis deskriptif bisa digunakan tabel rentang skala yang diperoleh melalui rumus berikut:

$$RS = \frac{n \cdot m - 1}{m}$$

**Rumus 3. 1** Rentang Skala

**Sumber:** (Umar, 2016: 91)

Keterangan:

RS : Rentang Skala

n : Total Responden

m : Total Pilihan Jawaban

Jadi bisa ditetapkan perhitungan rentang skala pada penelitian ini ialah:

$$RS = \frac{130 - 5 - 1}{5} = 520 \frac{104}{5}$$

Hasil dari perhitungan tersebut akan menentukan jawaban dari responden masuk dalam kategori apa berdasarkan rentang skalanya

**Tabel 3. 3** Kategori Rentang Skor

No	Rentang Kategori Skor	Kriteria
1	130-234	Sangat Tidak Baik
2	235-339	Tidak Baik
3	340-444	Netral
4	445-549	Baik
5	550-654	Sangat Baik

**Sumber:** (Umar, 2016: 91)

### 3.8.2 Uji Kaulitas Data

#### 3.8.2.1 Uji Validitas

Dilakukan agar bisa menilai ketepatan sebuah item pernyataan dalam mengukur variabel yang dikaji. Item pernyataan dikatakan valid jika bisa mengukur sesuai dengan fakta. Pengujian validitas bisa menggunakan korelasi *Person Product Moment* yakni mengkolerasikan skor setiap item dengan skor keseluruhan. Skor keseluruhan didapatkan dari penjumlahan skor item instrument tersebut (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016: 97).

Koefisien korelasi *Product Moment* bisa didapatkan dari persamaan di bawah ini:

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{(\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}) (\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n})}}$$

**Rumus 3. 2** Korelasi *Product Moment*

**Sumber:** (Sugiyono, 2017: 341)

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien Korelasi Product Moment.

$\sum X$  = Penjumlahan Variabel X.

$\sum Y$  = Penjumlahan Variabel Y.

$n$  = Banyaknya Data.

$\sum XY$  = Penjumlahan Perkalian Variabel X dan Y.

Agar bisa menguji korelasi tersebut dipakai nilai signifikan 0,05. Total sampel dalam penelitian ini ialah 130 orang, Jadi  $r_{tabel}$  nya ialah  $df = (N-2)$ , jadi  $df = (130-2) = 128$ . Maka  $r_{tabel}$  nya adalah sebesar 0,1723. Apabila hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$

artinya data tersebut dianggap valid. Sedangkan jika hasil  $r_{hitung} < r_{tabel}$  artinya data tidak valid.

### 3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Dilaksanakan agar bisa melihat apakah hasil pengukuran relatif konsisten jika pengukurannya dilaksanakan secara berulang pada subyek dan pada situasi yang sama. Dinyatakan reliabel jika *Conbrach Alpha*  $>0,6$  (Duli, 2019: 108) dengan menggunakan rumus:

$$r_{11} = \left[ \frac{n}{n-1} \right] \frac{\sum b^2}{\sigma^2 t}$$

**Rumus 3. 3** Conbrach Alpha

**Sumber:** (Duli, 2019: 109)

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabel yang dicari.

$n$  = Total item pernyataan yang diuji.

$\sum \sigma b^2$  = Total varians skor tiap item.

$\sigma^2 t$  = Varian totalnya.

**Tabel 3. 4** Kriteria Koefisien Reliabilitas

No	Nilai Interval	Kriteria
1	0,8 – 1,00	Sangat Tinggi
2	0,6 – 0,799	Tinggi
3	0,4 – 0,599	Cukup
4	0,2 – 0,399	Rendah
5	<0,200	Sangat Rendah

### **3.8.3 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.8.3.1 Uji Normalitas**

Dilaksanakan agar bisa mengetahui apakah nilai residual berdistribusi dengan normal atau tidak. Model regresi dianggap baik apabila nilai residualnya berdistribusi dengan normal. Uji normalitas bisa dilaksanakan melalui uji histogram, normal *P-Plot*, *Chi Square*, *Skewness* dan *Kolmogorov Smirnov*. Sebelum melaksanakan analisis, data yang akan dianalisis harus diuji dulu. Data dikatakan baik jika terdistribusi secara normal. Apabila nilai  $sig > \alpha = 0,05$  artinya data terdistribusi normal dan apabila nilai  $sig < \alpha = 0,05$  artinya data tidak terdistribusi dengan normal (Duli, 2019: 114-115).

#### **3.8.3.2 Uji Multikolinearitas**

Dilakukan agar bisa diketahui apakah terdapat korelasi yang tinggi diantara variabel independent pada sebuah model regresi linear berganda. Bila terdapat korelasi yang tinggi, artinya korelasi variabel bebas dan terikat mengalami gangguan. Pengujian multikolinearitas dapat diamati dari nilai VIF, dengan ketentuan bila nilai  $VIF < 10$ , berarti tidak ada multikolinearitas sedangkan bila nilai  $VIF > 10$  berarti ada multikolinearitas. Dan juga apabila nilai *tolerance*  $> 0,10$  berarti tidak terdapat multikolinearitas, sedangkan bila nilai *tolerance*  $< 0,10$  berarti terdapat multikolinearitas dalam data (Duli, 2019: 120).

#### **3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas**

Dilaksanakan agar bisa mengetahui apakah ada perbedaan varians pada model regresi dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi dikatakan

baik apabila nilai probabilitas Obs R-squared  $>0,05$  artinya model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas dan jika nilai probabilitas dari Obs R-squared  $<0,05$  artinya terjadi heteroskedastisitas pada model regresi (Saptutyningasih & Setyaningrum, 2019: 194).

### 3.8.4 Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Dilaksanakan agar bisa melihat ada tidaknya pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dan variabel terikat ( $Y$ ). (Saptutyningasih & Setyaningrum, 2019: 190) yaitu:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n$$

**Rumus 3. 4** Regresi Linear Berganda

**Sumber:** (Saptutyningasih & Setyaningrum, 2019: 190)

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Loyalitas Pelanggan).

a = Nilai Konstanta.

b = Nilai koefisien regresi.

$x_1$  = Variabel bebas Pertama (Variasi Produk).

$x_2$  = Variabel bebas Kedua (Kualitas Pelayanan).

$x_n$  = Variabel ke n

#### 3.8.4.2 Uji $R^2$ (Analisis Determinasi)

Dilakukan agar bisa mengetahui seberapa jauh model dalam menerangkan variabel terikat. Jika determinasi ( $R^2$ ) semakin tinggi, berarti persentase

perubahan variabel terikat oleh variabel bebas juga bertambah besar, begitupun sebaliknya, (Riyanto & Hatmawan, 2020: 141). Pengaruh dari variabel bebas bisa diuraikan dengan menunjukkan nilai  $R^2$  dari model regresi.

### 3.8.5 Uji Hipotesis

#### 3.8.5.1 Uji T (Uji Parsial)

Dilaksanakan agar bisa menguji variabel yang berpengaruh secara parsial yakni variabel bebas dan variabel terikat.

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

**Rumus 3. 5 T Hitung**

**Sumber:** (Sugiyono, 2018: 278)

Keterangan:

t = Nilai t yang dihitung.

r = Koefisien Korelasi.

$r^2$  = Koefisien determinasi.

n = Total sampel.

Nilai signifikan pada penelitian ini ialah 5% (0,05).

Kriteria pengujian yang dilakukan yaitu:

1. Menetapkan formulasi  $H_0$  dan  $H_a$

Hipotesis 1

$H_0$  : Variasi produk tidak mempengaruhi loyalitas konsumen.

Ha : Variasi produk mempengaruhi loyalitas konsumen.

Hipotesis 2

Ho : Kualitas pelayanan tidak mempengaruhi loyalitas konsumen.

Ha : Kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas konsumen.

2. Ketentuan penilaian:

Penilaian : Ho ditolak dan Ha disetujui, bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai signifikan  $< 0,05$ .

Penilaian : Ho disetujui dan Ha ditolak, bila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai signifikan  $> 0,05$ .

### 3.8.5.2 Uji F ( Uji Simultan)

Dilaksanakan agar bisa mengetahui secara bersama-sama pengaruh variabel bebas dan variabel terikat yang diuji. Dengan hasil yang dikeluarkan SPSS sebagai hasil F-test bisa diamati pada tabel ANOVA. Pengujian variabel secara simultan bisa dihitung melalui rumus:

$$F_h = \frac{R^2 / K}{1 - R^2 / (n - K - 1)}$$

**Rumus 3. 6** F Hitung

**Sumber:** (Ismail, 2018: 364)

Keterangan:

R<sup>2</sup> = Kuadrat dari koefisien korelasi ganda.

K = Jumlah variabel independen.

n = banyaknya data.

$F_h$  = Koefisien F.

1 = Bilangan konstan.

Kriteria pengujian yang digunakan yaitu:

1. Menentukan formulasi  $H_0$  dan  $H_a$

Hipotesis 3:

$H_0$  : Secara simultan Variasi produk dan kualitas pelayanan tidak mempengaruhi loyalitas konsumen.

$H_a$  : Secara simultan produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas konsumen.

2. Kesimpulan

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $H_a$  disetujui apabila nilai  $sig < 0,0$

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $H_0$  disetujui apabila nilai  $sig > 0,05$ .