

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menggambarkan ciri-ciri maupun karakteristik dari suatu fenomena atau masalah yang terjadi (Sugiarto, 2019:51).

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan data berupa numeric dan menggunakan alat statistik. Sedangkan pendekatan yang digunakan peneliti yaitu pendekatan kualitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan data numerik sebagai alat untuk analisis informasi yang diperoleh agar tercapainya informasi yang diinginkan (Sugiyono, 2018: 145). Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu merek, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di PT Jaya Timur.

3.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Tempat di PT Jaya Timur sebuah toko general supplier di Komplek Nagoya Paradise Center Blok H Nomor.7, Batu Selicin, Kecamatan Lubuk Baja, Kota Batam, Kepulauan Riau 29441. Pemilihan lokasi dalam penelitian ini memiliki pertimbangan bahwa PT Jaya Timur merupakan salah satu supplier aki terbesar di Kota Batam.

3.3.2 Jadwal Penelitian

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Maret 2022	April 2022	Mei 2022	Juni 2022	Juli 2022	Agustus 2022
1	Penelitian pendahuluan	■					
2	Penyusunan proposal		■	■			
3	Pengumpulan data				■	■	
4	Analisis data					■	■
5	Penyusunan laporan						■

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018:215) populasi merupakan wilayah yang telah digeneralisasikan dimana peneliti memiliki ciri-ciri tertentu dari objek atau subjek penelitian melalui penelitian dan kemudian mencapai suatu kesimpulan. Penelitian ini memiliki populasi sebanyak 2460 dari periode januari 2020 sampai desember 2020 yang merupakan konsumen PT Jaya Timur.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018: 215) sampel memiliki arti yang ada didalam populasi atau dapat dikatan bagian dari populasi. Tujuan adanya populasi yaitu untuk hasil kempulan yang umum tentang populasi dengan berdasarkan hasil penelitian dengan

sampel yang akan dipilih. Non-probabilitas merupakan salah satu teknik pengambilan sampel, yang merupakan proses pemilihan populasi menggunakan metode purposive sampling. Populasi penelitian yaitu konsumen pembeli aki di PT Jaya Timur Kota Batam tahun 2020 yang berjumlah 2460. Kategori kontrol menjadi penilaian representatif responden. Kategori kontrol dalam penelitian ini:

- a. Minimal usia 17 tahun karena sudah mampu membedakan baik dan buruk
- b. Bisa laki-laki atau perempuan
- c. Konsumen yang menggunakan aki PT Jaya Timur
- d. Konsumen memiliki pengetahuan tentang penggunaan aki

Pada survei penelitian yang dilakukan pada konsumen yang melakukan pembelian aki di PT Jaya Timur. Penentuan banyaknya Sampel yaitu menggunakan rumus Slovin, yaitu:

Rumus 3.1 Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan:

n = total sampel

N = total populasi 8% atau 0,08

$$n = \frac{2460}{2460(8\%)^2 + 1}$$

n = 146,91829909

n = 147

Sehingga jumlah sampel yaitu 146,91829909 yang dapat dibulatkan menjadi 147 orang.

3.5 Sumber Data

Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer yang di peroleh melalui kuisisioner dari konsumen PT Jaya Timur.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Penggunaan kuisisioner yang akan dilakukan untuk pengumpulan data dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2018:162) kuisisioner merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaann kepada resonden sesuai dengan materi yang akan diteliti. Teknik ini akan lebih efeisien ketika peneliti memahami variabel yang diukur dan mengetahui tujuan dari penelitian. Serta teknik kuisisioner ini digunakan ketika total dari responden cukup luas dan tersebar dibeberapa wilayah. Kuesioner dapat disampaikan langsung atau tidak langsung kepada konsumen pembelian aki pada PT Jaya Timur.

3.7 Operasional Variabel

3.7.1.Variabel Independen

a. Merek

Merek penting dalam pemasaran karena terjadi proses pengenalan dan penawaran barang tidak dapat dipisahkan dari merek yang memiliki reputasi baik. Kotllr & Keller (2019:250) merek merupakan produk atau layanan yang metriknya dapat membedakan

dari produk lainnya serta telah dirancang untuk meningkatkan minat dan memenuhi kebutuhan yang sama. Terdapat berbagai indikator yang ada pada merek yaitu keuntungan konsumen (consumer benefits), atribut produk (product attribute), dan kepribadian merek (brand personality).

b. Harga

Menurut Kotler & Armstrong (2019:430) bahwa definisi harga sebagai jumlah seluruh nilai yang dibayar konsumen guna manfaat dengan penggunaan barang atau jasa. Suatu indikator dari harga, adalah harga yang terjangkau untuk suatu kualitas produk, harga untuk kelebihan dan kemudahan

c. Kualitas produk

Menurut Gitosudarmo (2019:155) pengertian dari kualitas produk adalah kesesuaian produk dengan harapan konsumen terhadap biaya yang harus dikeluarkan konsumen ketika terjadi proses pembelian barang atau harga barang tersebut. Terdapat beberapa indikator dari kualitas produk yaitu daya tahan produk, kinerja, kesesuaian dengan spesifikasi yang disampaikan, fitur, estetika, dan reabilitas dari produk

3.7.2.Variabel Dependen

a. Loyalitas Pelanggan

Menurut Jeremia dan Djurwati (2019) Loyalitas secara harfiah diartikan sebagai kesetiaan atau kesetiaan kepada suatu objek. Loyalitas adalah suatu keadaan di mana pelanggan menunjukkan sikap positif terhadap merek, merasakan komitmen terhadap

merek, dan ingin terus berbelanja di masa yang akan datang. Ini berarti bahwa loyalitas selalu terkait dengan preferensi pelanggan dan pembelian aktual.

Menurut Hermawan (2018) Loyalitas konsumen (*Customer Loyalty*) adalah suatu bentuk loyalitas konsumen yang menggunakan suatu produk atau jasa secara terus menerus atau terus menerus karena tingginya tingkat kepuasan terhadap produk atau jasa yang digunakan.

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis statistic deskriptif adalah statistik yang berfungsi memberikan diskripsi serta gambaran kepada objek penelitian dengan sampel yang ada. Pada analisis deskriptif menjelaskan karakteristik tempat penelitian, objek, serta hal-hal dari masing-masing variabel. Data yang sudah didapat akan dijadikan satu untuk dikumpulkan kedalam tabel selanjutnya akan ditarik kesimpulan dengan pemberian nominal dalam jumlah responden (Sugiyono, 2018:147).

Rumus 3.2 Rentang Skala

$$RS = n \frac{n (m - 1)}{M\alpha}$$

Keterangan :

RS = Rentang Skala

n = Sampel

m = Alternatif Jawaban

Skor yang dihasilkan (dalam persen) dengan analisis deskriptif persentase dikonsultasikan dengan tabel kriteria sebagai berikut untuk menentukan tingkat kriteria tersebut.

Tabel 3.2 Tabel Kriteria analisis deskriptif

No	Rentang Score	Nilai tafsir
1.	1,00 – 1,79	Sangat Rendah
2.	1,80 – 2,59	Rendah
3.	2,60 – 3,39	Cukup
4.	3,40 – 4,19	Tinggi
5.	4,20 – 5,00	Sangat Tinggi

Hitung rata-rata jawaban berdasarkan penanguhan setiap tanggapan dari responden untuk menguji perhitungan skor. Skor terendah dihitung dengan mengalikan hasil perhitungan terendah dengan jumlah sampel, sedangkan skor maksimum dihitung dengan mengalikan hasil perhitungan tertinggi dengan jumlah sampel.

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1. Uji Validitas

Uji validitas sangat berguna dalam pengukuran validitas hasil penelitian maupun pengukuran validitas dari kuisioner. Keabsahan data penelitian tergantung pada kegiatan pengukuran yang efektif. Sugiyono (2018: 129), instrumen dikatakan efektif

jika dapat digunakan untuk melakukan kegiatan pengukuran apa yang harus diukur.

Hal ini berarti alat tersebut bisa mengukur struktur sesuai harapan dalam penelitian.

Menurut Singarimbun & Effendi (2018) Penggunaan uji validitas dalam penelitian untuk mengukur komponen elemen pertanyaan pada kuesioner melalui analisis elemen, termasuk mengkorelasikan skor setiap elemen dan total skor menggunakan rumus analisis product moment Pearson menggunakan rumus berikut untuk menguji efektivitas:

Rumus 3.3 Validitas

$$r = \frac{n (\Sigma XY) - (\Sigma x \Sigma y)}{\sqrt{[n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][N \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = koefisien *korelasi product moment*

n = total sampel

N = total populasi

X = nilai variabel X

Y = nilai variabel Y

Jika nilai dari koefisien korelasi (r) antara item dan skor total item memiliki tingkat signifikansi yang lebih kecil atau sama dengan 0,05, maka elemen item yang digunakan valid.

3.8.2.2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas merupakan indikator pengukuran yang digunakan untuk mengukur sejauh mana sesuatu itu dapat dikatakan reliabel. Kuisisioner yang reliabel merupakan kuisisioner yang akan menghasilkan data yang sama jika dilakukan berulang kali pada kelompok yang sama (Singarimbun & Efendi, 2018). Menurut Arikunto (2018: 196), dalam pengujian reabilitas pada instrumen dapat menggunakan rumus dari Alpha Cronbach, yaitu:

Rumus 3.4 Reabilitas

$$r_{11} = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum a^2}{a^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} : reliabilitas instrumen

k : banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum a^2$: jumlah varians butir

a^2 : varians total

Dapat disebut reliabel jika *Alpha Cronbmach* lebih besar atau sama dengan 0,6 ($\alpha \geq 0,6$). Nilai 0,6 atau kurang umumnya menunjukkan konsistensi internal yang buruk.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan yaitu digunakan untuk melakukan pemeriksaan terhadap variabel residual dalam permodelan regresi. Pada Uji T maupun Uji F memiliki asumsi jika nilai residual berdistribusi normal. Jika diketahui terdapat pelanggaran pada asumsi, maka uji statistik tidak valid untuk pengukuran sampel kecil. (Sugiarto, 2018)

3.8.3.2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2019: 105) menjelaskan bahwa uji multikolinieritas dimaksudkan guna melakukan uji model regresi bahwa terdapat korelasi antar variabel besar.

3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian guna memverifikasi model regresi terdapat adanya faktor tidak sama antar varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Uji ini dapat berguna saat variabel bebas minimal 2. Regresi linier berganda dilakukan dengan tujuan untuk memprediksi seperti apa kondisi (kenaikan dan penurunan) variabel terikat, apabila 2 atau lebih variabel bebas maka faktor prediksi dalam dimanipulasi (kenaikan nilai). Berikut ini persamaan untuk n variabel yaitu:

Rumus 3.5 Uji Regresi Linear Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y : Subyek variabel terikat

a : Nilai Y bila $X = 0$ (Harga Konstan)

b : koefisien regresi

X1 : merek

X2 : Harga

X3 : Kualitas barang

3.8.4.2 Analisis Determinasi (R²)

Koefisien determinasi mengukur sejauh mana kemampuan model saat menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai koefisien korelasi determinasi berkisar antara nol sampai 1. Menurut Ghosamli (2019:97), nilai dari R² yang kecil memiliki arti kemampuan dari variabel bebas dalam menjelaskan variasi terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu memiliki arti bahwa variabel bebas menyediakan seluruh informasi yang digunakan dalam melakukan prediksi variabel terikat.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji t (Uji Parsial)

Guna mengukur rancangan hipotesis diperlukan dengan uji t parsial, uji t guna melakukan pengujian antar variabel bebas dan terikat. Menurut Sugiyono (2018: 144)

ujit t ini dapat diartikan untuk menguji signifikansi koefisien secara parsial atau satu-satu. Dalam uji t ini dapat mengetahui berapa jauh variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Untuk membaca uji t ini:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka diperoleh H_0 ditolak H_1 diterima. Sehingga variabel independen atau x secara mandiri mempengaruhi signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima H_1 ditolak. Sehingga variabel independen atau x secara mandiri tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen.

3.9.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan dalam untuk menguji variabel bebas yang dipakai pada penelitian melihat apakah memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikatnya. Pengujian hipotesis (uji F) secara simultan yang diambil dalam penelitian ini untuk mengukur besarnya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Perbandingan dengan nilai F hitung dengan F tabel sebagai berikut:
 1. Dapat diartikan terdapat pengaruh signifikan variabel x terhadap y jika $F_{hitung} > F_{tabel}$.
 2. Tidak berpengaruh antara variabel x terhadap variabel y jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 di terima dan H_1 di tolak.
- b. Dengan demikian cara menggunakan angka probabilitas signifikansi:

1. Ketika propabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H0 diterma dan H1 ditolak.

Ketika nilai prob signifikansi lebih kecil 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima.(Hamid et al., 2019)