

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Untuk menyelidiki entitas dalam populasi atau sampel tertentu, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif atau positivistik. Data dikumpulkan melalui alat survei, dan metode kuantitatif dan statistik digunakan untuk menganalisisnya (Sugiyono, 2019:17)

3.2 Sifat Penelitian

Dari segi karakteristiknya, Jenis penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif yang bertujuan untuk secara rinci dan teliti menggambarkan, mendeskripsikan, dan mengilustrasikan fenomena yang terjadi dalam lingkungan yang nyata dan terorganisir. Pendekatan ini mengedepankan tingkat keakuratan yang tinggi, yang memastikan bahwa informasi yang relevan dikumpulkan dan dianalisis dengan cermat (Andani et al., 2020).

3.3 Lokasi Penelitian dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan pada konsumen yang menggunakan Maxim di Kota Batam serta memilih melakukan penelitian di kawasan Batu Aji.

3.3.2 Periode Penelitian

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Tahap Penelitian	Bulan																			
	September 2023				Oktober 2023				November 2023				Desember 2023				Januari 2024			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■																			
Studi Kepustakaan		■	■	■																
Metodologi Penelitian					■	■	■	■												
Menyebarkan Kuisioner									■	■	■	■								
Analisis data dan diolah													■	■	■	■				
Laporan terakhir																	■	■	■	■

Sumber : Peneliti, 2023

3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2019:38), Variabel penelitian adalah karakteristik atau sifat seseorang, objek, atau aktivitas dengan variasi tertentu yang dipilih peneliti untuk diteliti untuk analisis dan pengambilan kesimpulan. Menurut penelitian ini, definisi operasional adalah sebagai berikut:

1. *Digital Marketing* (X1), strategi pemasaran yang sangat efektif yang memanfaatkan potensi besar untuk menarik konsumen melalui platform online, terutama internet.

2. Kepercayaan (X2), motivasi atau keyakinan dari pihak yang terlibat dalam pertukaran untuk membangun hubungan jangka panjang yang menguntungkan.
3. Inovasi (X3), hasil dari upaya perusahaan atau industri untuk membuat produk baru, baik yang sudah ada maupun yang baru.
4. Loyalitas Konsumen (Y) adalah komitmen individu untuk memilih dan menggunakan layanan untuk waktu yang lama.

3.4.1 Variabel Bebas (Independen Variabel)

Menurut Sugiyono (2019:39) Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, variabel prediktor, atau variabel anteseden. Dalam konteks ini, elemen-elemen tersebut seringkali disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas mengacu pada suatu elemen yang dapat berpengaruh atau mengubah elemen tergantung (dependen).

3.4.2 Variabel Terikat (Dependen Variabel)

Menurut Sugiyono (2019:39) Jenis variabel yang dipengaruhi atau dipengaruhi oleh variabel bebas disebut variabel terikat. Dalam bahasa Indonesia, variabel ini juga disebut variabel keluaran, variabel kriteria, atau variabel hasil.

Tabel 3.2 Definisi Variabel Operasional Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Digital Marketing</i>	Dengan memanfaatkan potensi besar untuk menarik konsumen melalui platform online, terutama internet, digital marketing adalah strategi pemasaran yang sangat efektif (Lisani & Indrawati, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aksebilitas 2. Interaktivitas 3. Informatif 4. Kepercayaan 	Likert
Kepercayaan	Pihak yang terlibat dalam pertukaran memiliki kepercayaan satu sama lain untuk menjalin hubungan yang kuat dan produktif (Rahman et al., 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Integritas 2. Niat Baik 3. Kompetensi 	Likert
Inovasi	Perusahaan atau industri menciptakan produk baru, baik yang sudah ada maupun yang belum pernah ada sebelumnya, yang disebut inovasi (Mustamu & Ngatno, 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perluasan Lini 2. Produk Baru 3. Produk Benar-benar Baru 4. Tingkat R&D 5. Kemampuan untuk Mengatasi Tantangan 	Likert
Loyalitas Konsumen	Ketika seseorang memilih dan menggunakan suatu layanan untuk waktu yang lama, itu disebut loyalitas konsumen (Monica & Saputra, 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komitmen pada produk 2. Melakukan pembelian secara teratur 3. Merefrensikan produk 4. Keinginan membeli ulang produk 	Likert

Sumber : Data Sekunder, 2023

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi merujuk pada sekumpulan objek atau individu yang memiliki ciri-ciri tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti sebagai fokus studi, dan menjadi landasan untuk menarik kesimpulan. Oleh karena itu, populasi tidak hanya terdiri dari individu, tetapi juga mencakup objek dan unsur alam lainnya. Populasi tidak hanya merujuk pada jumlah subjek fisik yang akan diselidiki oleh peneliti, tetapi juga melibatkan semua ciri dan karakteristik yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. (Sugiyono, 2019:80). Konsumen Maxim di Batuaji, Kota Batam, Kepulauan Riau, adalah populasi penelitian ini, tetapi jumlah tepatnya tidak diketahui.

3.5.2 Sampel

Sebuah sampel mewakili sebagian kecil dari karakteristik dan jumlah populasi. Jika populasi sangat besar dan peneliti tidak dapat mempelajari seluruh populasi karena keterbatasan sumber daya seperti uang, tenaga kerja, atau waktu, pilihan lain adalah menggunakan sampel yang mewakili populasi. Dari informasi yang diperoleh dari sampel ini, peneliti dapat membuat kesimpulan umum yang berlaku untuk seluruh populasi (Sugiyono, 2019:81).

Menurut Hikmah et al (2020) Rumus Jacob Cohen digunakan untuk menghitung jumlah responden yang tidak dapat diprediksi setiap harinya. Ini dilakukan untuk membatasi jumlah populasi yang termasuk dalam survei.

$$N = \frac{L}{F^2} + u + 1$$

Rumus 3.1 Jacob Cohen

Sumber : (Hikmah et al., 2020)

Keterangan:

N = Banyak sampel

F2 = Efek ukuran (0,1)

u = Jumlah perubahan yang terkait dalam penelitian

L = Fungsi power(u), hasil tabel power = 0,95

Dengan menggunakan rumus, sampel boleh dihitung dengan L tabel (t.s=1%)= 0,95 ,
serta= 19,76. Berdasarkan rumus maka sampelnya ialah:

$$N = \frac{L}{F^2} + u + 1$$

$$N = \frac{19,76}{0,1} + 5 + 1$$

$$N = 203,6 = 204$$

N = 204 responden

Hasil dari formula Jacob Cohen dapat diungkapkan sampel yang dipilih adalah 204 orang

3.6 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2019:225), Dalam hal sumber data, ada dua jenis: sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer menyampaikan data secara langsung

kepada peneliti, sedangkan sumber sekunder melakukannya melalui perantara, seperti orang lain atau dokumen. Berbagai teknik pengumpulan data dapat digunakan untuk mengumpulkan data.

3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa angket skala Likert untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok masyarakat terhadap suatu fenomena sosial tertentu. (Sugiyono, 2019:93). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data di mana sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis disajikan kepada responden dengan tujuan memperoleh respons atau jawaban dari mereka. Efektivitas metode ini terlihat ketika peneliti memiliki pemahaman yang jelas tentang variabel yang akan diukur dan harapan dari responden. Selain itu, penggunaan kuesioner sesuai ketika jumlah responden cukup banyak dan tersebar di berbagai lokasi. Kuesioner, apakah berisikan pertanyaan tertutup atau terbuka, bisa disalurkan langsung kepada responden, dikirim melalui surat pos, atau diperoleh melalui platform internet (Sugiyono, 2019:142). Berikutnya, indikator variabel dijelaskan lebih rinci dari variabel yang akan diukur, dan indikator tersebut menjadi dasar untuk merancang pertanyaan atau pernyataan.

Tabel 3.3 Skala Likert

Jawaban Pertanyaan	Simbol	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Peneliti, 2023

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019:147) Untuk menganalisis data, statistik deskriptif menguraikan atau Menguraikan data tanpa membuat kesimpulan umum atau generalisasi.

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

Rumus 3.2 Rentang Skala

Sumber : (Sucihati & Sutabri, 2023)

Keterangan:

n = Jumlah sampel

m = Total *alternative* tanggapan setiap poin

RS = Rentang skala

Untuk menemukan hasil rentang skala, langkah pertama adalah mencari nilai skor minimum dan maksimum. Dengan jumlah sampel sebanyak 204 orang dan nilai berbagai alternatif jawaban adalah 5. Rentang skala untuk setiap bobot dapat diperkirakan dengan menggunakan rumus ini:

$$RS = \frac{204 (5 - 1)}{5}$$

$$RS = \frac{204 (4)}{5}$$

$$RS = 163,2$$

Nilai 163,2 yang ditemukan dari hasil rumus rentang skala di atas Beroperasi sebagai titik acuan nilai dasar. dari rentang skala untuk setiap kategori tanggapan responden terhadap variabel penelitian. Ini adalah detail evaluasinya:

Tabel 3.4 Rentang Skala

No	Rentang Skala	Kriteria
1	204 – 367,2	Sangat Tidak Setuju
2	367,2 – 530,4	Tidak Setuju
3	530,4 – 693,6	Netral
4	693,6 – 856,8	Setuju
5	856,8 – 1020	Sangat Setuju

Sumber : Peneliti, 2023

3.7.2 Uji Kualitas Data

3.7.2.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk menilai keakuratan survei. Proses ini digunakan untuk mengevaluasi validitas atau keabsahan kuesioner. Koefisien korelasi, juga dikenal sebagai korelasi Pearson, digunakan dalam uji ini untuk menentukan seberapa kuat hubungan yang ada antara satu variabel dan variabel lainnya. Nilai r hitung, yang merupakan korelasi Pearson, harus dibandingkan dengan

nilai r pada tabel sebagai salah satu syarat tes ini. Nilai r hitung ini digunakan sebagai acuan untuk (Darma, 2021:7).

Validitas suatu item dapat dinilai dengan uji signifikansi koefisien korelasi pada tingkat 0,05. Dengan kata lain, suatu item dianggap valid jika menunjukkan korelasi yang signifikan dengan skor totalnya.

$$r = \frac{n \sum IX - (\sum I)(\sum X)}{\sqrt{[n \sum I^2 - (\sum I)^2] [n \sum X^2 - (\sum X)^2]}}$$

Rumus 3.3 Pearson Product Moment

Sumber : (Darma, 2021:7)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah data

x = Variabel independen

y = Variabel dependen

Uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05 akan digunakan untuk membuktikan hasil tes. Ini akan dilakukan menggunakan SPSS. apabila ada persyaratan untuk penerimaan data:

1. Item pernyataan dianggap valid jika r hitung lebih besar dari r tabel (uji dua sisi dengan signifikansi 0,05). Ini menunjukkan bahwa item valid dan pernyataan terkait dengan skor keseluruhan dan signifikan.

2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dilakukan uji dua sisi dengan signifikansi 0,05. Karena pernyataan tersebut tidak terkait dengan skor item secara keseluruhan, item tersebut dianggap tidak valid.

3.7.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Darma (2021:17), Uji reliabilitas mengukur sejauh mana hasil pengukuran konsisten meskipun diulang berulang kali. Ini dilakukan dengan mempertimbangkan pernyataan yang digunakan. Nilai Cronbach's Alpha dibandingkan dengan tingkat atau taraf signifikansi yang telah ditetapkan untuk mengevaluasi reliabilitas. Berikut adalah kriteria yang digunakan dalam pemeriksaan ini:

1. Nilai batas (0,6) dapat digunakan untuk menentukan reliabilitas data.
2. Jika nilai Cronbach's Alpha melebihi nilai signifikansi (0,6), maka data dianggap reliabel.
3. Nilai Cronbach's Alpha tidak melebihi nilai signifikansi (0,6), maka data dianggap tidak reliabel.

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Rumus 3.4 Alpha Cronbach's

Sumber : (Darma, 2021:17)

Keterangan:

r = Reliabilitas instrumen

k = Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian pada butir

$\sum \sigma t^2$ = Varian total

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik menggunakan empat jenis tes, diantaranya:

3.7.3.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161), Pengujian normalitas bertujuan untuk menilai apakah variabel residu dalam model regresi memiliki distribusi yang mendekati distribusi normal. Seperti yang diketahui, uji T dan F dalam analisis regresi mengasumsikan bahwa nilai-nilai residu tersebut mengikuti distribusi normal. Namun, penting untuk diingat bahwa Bila asumsi ini tidak terpenuhi, hasil dari uji statistik tersebut dapat menjadi tidak valid, terutama pada sampel yang relatif kecil. Kita dapat mengetahui apakah distribusi residu cenderung mendekati distribusi normal dengan menggunakan metode analisis grafik dan berbagai teknik statistik. Dua metode, analisis grafik dan uji statistik, dapat digunakan untuk menguji normalitas data.

1. Analisis Grafik

Salah satu cara untuk menguji normalitas adalah melihat histogram dan normal P-plot. Tetapi, metode analisis grafik terdapat kekurangan, terutama dalam kasus sampel yang kecil. Dalam histogram, pola distribusi simetris yang menyerupai lonceng menunjukkan bahwa data diperkirakan terdistribusi normal. Untuk mengetahui apakah titik-titik data mendekati garis diagonal pada grafik, digunakan normal p-plot. Seperti berikut ini:

- a. Model regresi memenuhi asumsi normalitas jika data tersebar dekat dengan garis diagonal atau pola normal dalam grafik histogram.
 - b. Model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas jika data tersebar jauh dari garis diagonal, tidak mengikuti pola diagonal, atau tidak menunjukkan pola normal dalam grafik histogram.
2. Uji Statistik

Disarankan untuk melakukan uji statistik selain analisis grafik. Uji KolmogorovSmirnov Satu Sampel adalah salah satu uji statistik yang berguna. Pada prinsipnya, data dianggap tidak terdistribusi secara normal jika hasil signifikansi uji kurang dari 0,05.

3.7.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Febry & Teofilus (2020:55), Menggunakan uji multikolinearitas untuk mengevaluasi apakah terdapat hubungan yang signifikan atau korelasi antara variabel independen dalam suatu model regresi. Model regresi yang dianggap baik adalah yang tidak menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel bebas. Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi gejala multikolinearitas dalam model regresi:

1. Periksa nilai korelasi variabel independen.
2. Periksa nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).

Uji multikolinearitas dengan toleransi membuat keputusan didasarkan pada:

1. Tidak ada multikolinearitas jika nilai tolerance $> 0,10$.

2. Multikolinearitas ditemukan di mana nilai tolerance < 0,10.

Sebaliknya, keputusan yang dibuat dalam uji multikolinearitas dengan menggunakan Variansi Inflasi Factor (VIF):

1. Multikolinearitas tidak terjadi jika nilai VIF kurang dari 10.
2. Multikolinearitas terjadi jika nilai VIF lebih dari 10.

3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan dalam model regresi dalam hal perbedaan residual antara dua pengamatan. Uji gletser dan nilai signifikansi lebih dari 0,05 tidak menunjukkan heteroskedastisitas (Febry & Teofilus, 2020:56).

3.7.4 Uji Pengaruh

3.7.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018:95) Secara umum, regresi linear berganda adalah evolusi dari regresi linear sederhana, yang menggunakan satu atau lebih variabel bebas sebagai prediktor. Tiga variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah contoh hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen; tujuan analisis regresi berganda adalah untuk mencapai tujuan ini. Oleh karena itu, rumus regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

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

Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda

Sumber : (Ghozali, 2018:95)

Keterangan:

Y = Loyalitas Konsumen

X_1	= Digital Marketing
X_2	= Kepercayaan
X_3	= Inovasi
a	= Konstanta
b_1, b_2, b_3	= Koefisien Regresi
e	= variabel pengganggu/Error disturbance
X_n	= Variabel independen ke - n

3.7.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:101), Koefisien determinasi (R^2) adalah ukuran kemampuan model untuk menjelaskan variasi variabel dependen; nilainya berkisar antara nol dan satu. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen tidak memiliki banyak kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen.

1. Jika (R^2) = 0, Ini menunjukkan bahwa variabel independen (X) tidak dapat menjelaskan variabel dependen (Y). Dengan kata lain, model regresi tidak dapat menjelaskan perubahan variabel dependen.
2. Jika (R^2) = 1, Ini menunjukkan bahwa variabel independen (X) dapat menjelaskan variabel dependen (Y) secara keseluruhan. Dengan kata lain, model regresi dapat menjelaskan setiap perubahan dalam variabel dependen, dan variabel independen dapat menjelaskan setiap perubahan dalam Y .

3.7.5 Uji Hipotesis

Pengujian ini adalah tahap awal analisis regresi, di mana kita membuat perkiraan awal tentang peristiwa yang akan dianalisis menggunakan regresi. Perkiraan ini kemudian diuji untuk memastikan kebenarannya. Selain itu, signifikansi koefisien regresi linear berganda, yang secara parsial berkaitan dengan hipotesis penelitian, diuji dalam proses pengujian ini. Dalam analisis regresi, uji hipotesis terdiri dari dua komponen utama (Sanusi, 2017)

3.7.5.1 Uji T(Uji Parsial)

Menurut Ghozali (2018:104), Uji ini, dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, menunjukkan apakah variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasilnya memungkinkan kita untuk menentukan validitas hipotesis. Ini adalah prosedurnya:

1. Rumusan Hipotesis:
 - a. Hipotesis Nol (H_0): Tidak signifikan secara parsial karena variabel independen dan dependen tidak berpengaruh satu sama lain.
 - b. Hipotesis Alternatif (H_a): Variabel independen dan variabel dependen berkorelasi, sehingga signifikan secara parsial.
2. Kriteria Obyektif:
 - a. Hipotesis Nol (H_0) diterima, dan Hipotesis Alternatif (H_a) ditolak jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 ($\alpha > 0,05$).

- b. Hipotesis Alternatif (H_a) diterima, dan Hipotesis Nol (H_0) ditolak jika tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($\alpha < 0,05$).

3. Dengan rumus t hitung :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Rumus 3.6 Uji T}$$

Sumber : (Sugiyono, 2019)

Keterangan :

T = Nilai uji T hitung

r = Koefisien korelasi

r^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

Kriteria pengujian T:

H_0 diterima dan H_a di tolak jika $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

H_a diterima dan H_0 ditolak jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$

3.7.5.2 Uji F(Uji Simultan)

Menurut Ghozali (2018:105), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara keseluruhan, Dalam tes ini, tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Jika hasil perhitungan nilai F melebihi nilai F dalam tabel, maka dapat dikatakan bahwa pengujian total variabel independen berdampak signifikan pada variabel dependen.

Rumus uji F berikut:

$$F = \frac{R^2 / \sqrt{K - 1}}{\sqrt{(1 - R^2) / (n - K)}} \quad \text{Rumus 3.7 Uji F}$$

Sumber : (Wibowo, 2018:105)

Keterangan :

F = Rasio

R² = Koefisien

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel bebas

Aturan dalam uji F diantaranya:

1. H₀ ditolak dan H₁ diterima jika F Hitung lebih besar dari F Tabel
2. Jika F Hitung lebih kecil dari F Tabel, H₀ diterima dan H₁ ditolak