

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis yang digunakan adalah jenis penelitian yang menggunakan deskriptif kuantitatif adalah studi yang menggunakan pengukuran, perhitungan, rumus, dan kepercayaan pada data numerik dalam perencanaan, prosedur, pengembangan hipotesis, metodologi, analisis data, dan penarikan kesimpulan (Waruwu 2023). Menurut (Sugiyono, 2021) penelitian kuantitatif adalah pendekatan ilmiah berbasis positivis untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu dengan mengumpulkan data numerik menggunakan alat penelitian seperti kuesioner. Data-data ini kemudian dievaluasi secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah dinyatakan sebelumnya. Penelitian kuantitatif bersifat objektif, terukur, dan dapat diterapkan pada populasi yang lebih besar. Dengan kata lain, penelitian kuantitatif menggunakan metode numerik untuk memberikan respons yang sistematis dan terstruktur terhadap masalah yang diteliti.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan bagian dari penelitian replikasi dan pengembangan yakni yang diambil dari penelitian terdahulu dikembangkan kembali dengan objek, variabel dan masa periode penelitiannya berbeda. Objek penelitian dalam penelitian ini ialah konsumen yang pernah melakukan pembelian atau menggunakan produk

Ms Glow di kota Batam. Penelitian ini replikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Thamrin, dkk., 2020). Perbedaan utama penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ialah terletak pada objek penelitian, total responden, pengolahan data dan periode waktu melakukan penelitian. Pada penelitian terdahulu dengan objek minuman sementara pada penelitian ini akan meneliti objek skincare. Peneliti bertujuan untuk mencari hubungan variabel indenpenden (kepercayaan, kepuasan konsumen dan citra merek) terhadap variabel dependent (loyalitas konsumen). Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai evaluasi untuk keberlanjutan perusahaan di masa mendatang.

3.3 Lokasi Dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat di mana para peneliti mendapatkan data penting karena berfungsi sebagai situs penelitian. Penelitian ini dilakukan di kota Batam. Data untuk penelitian ini diperoleh dari konsumen yang pernah melakukan pembelian atau menggunakan produk Ms Glow di kota Batam.

3.3.2 Periode Penelitian

Masa berlangsung penelitian sekitar 5 bulan yang dimulai September 2024 sampai berakhirnya penelitian ini. Jangka waktu yang dicakup ditunjukkan pada tabel di bawah:

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Kegiatan
----	----------	----------------

		Sept	Okt	Nov	Des	Jan
1.	Pengajuan judul					
2.	Mencari jurnal (data) yang mendukung penelitian					
3.	Metode penelitian					
4.	Penyebaran Kuesioner					
5.	Mengolah Data dan Analisis					
6.	Laporan Akhir					
7.	Penyusunan Jurnal					

Sumber: Peneliti, 2024

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Istilah populasi merujuk pada semua item dalam sebuah penelitian, termasuk objek dan individu yang memiliki kualitas dan atribut tertentu. Jadi, pada dasarnya, populasi didefinisikan sebagai semua anggota dari sekelompok manusia, hewan, peristiwa, atau benda yang hidup bersama di lokasi tertentu secara terencana, yang akhirnya mengarah pada temuan hasil akhir dari studi tersebut (Sulistiyowati 2023). Populasi dalam penelitian ini ialah konsumen yang pernah melakukan pembelian atau menggunakan produk Ms Glow di kota Batam, dan penelitian melibatkan 100 responden.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sebuah sampel pada dasarnya adalah subset dari populasi yang berfungsi sebagai sumber data utama dalam sebuah penelitian. Dengan kata lain, sampel adalah bagian dari populasi yang mencerminkan seluruh populasi. Populasi dalam

penelitian ini tidak diketahui sehingga menggunakan rumus lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p(1 - p)}{d^2}$$

Rumus 3. 1 Lemeshow

Sumber: (Mayleni and Husda 2024)

Keterangan:

n= Jumlah sampel

z= Nilai standart =1,96

p= Maksimal estimasi 50% =0,5

d= alpha (0,10) atau *sampling error* =10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p(1 - p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 0,5(1 - 0,5)}{10\%^2}$$

$$n = \frac{1,9208(0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Dari penerapan rumus lemeshow didapatkan hasil 96,04. Dengan begitu, dilakukan pembulatan menjadi 100 responden.

3.4.3 Teknik Sampling

Sugiyono membagi teknik pengambilan sampel menjadi dua jenis: pengambilan sampel probabilitas dan pengambilan sampel non-probabilitas. Sampling probabilitas adalah pendekatan sampling di mana setiap elemen (anggota) dari populasi memiliki probabilitas yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel. Purposive sampling dapat digunakan dalam upaya penelitian untuk mempersempit kelompok peserta potensial dengan cepat dan efektif (juga dikenal sebagai judgment sampling). Tidak ada pengetahuan sebelumnya atau jumlah informan yang telah ditentukan sebelumnya yang diperlukan untuk teknik non-acak (Thomas 2022).

Teknik sampel yang digunakan oleh peneliti ialah Nonprobabilitas Sampling yang mana strategi pengambilan sampel yang tidak memberikan kemungkinan yang sama bagi setiap elemen (anggota) populasi atau memiliki kriteria tertentu untuk dipilih sebagai anggota sampel. Karakteristik sampel dalam penelitian ialah:

1. Responden yang pernah melakukan pembelian atau menggunakan produk Ms Glow.
2. Responden merupakan masyarakat kota Batam.
3. Responden yang berusia dari 17 tahun keatas.

Penggunaan pengambilan sampel purposive memungkinkan peneliti untuk memilih sampel yang paling sesuai yang mewakili karakteristik yang ditargetkan dalam studi sambil mempertimbangkan keterbatasan sumber daya seperti kekuatan, pendanaan, atau waktu.

3.5 Sumber Data

Pada penelitian ada dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data primer

Teknik pengumpulan data melibatkan penyediaan pernyataan tertulis yang harus ditanggapi oleh sekelompok responden. Data hasil survey riset kuesioner akan dibagikan kepada konsumen Ms Glow di kota Batam.

2. Data Sekunder

Data disimpulkan penulis dari dokumen yang tersedia, jurnal dan internet tentang berkenaan dengan penelitian.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Metode Kuesioner

Kuesioner atau tes singkat ialah serangkaian memberikan soal yang harus dijawab oleh peserta penelitian. Metode yang dilaksanakan untuk mendeteksi pengaruh kepercayaan, kepuasan konsumen dan citra merek terhadap loyalitas konsumen, Ms Glow di Batam. Angket yang dilakukan pada penelitian ini yaitu kuesioner langsung menggunakan *google form*, artinya angket diberikan langsung kepada responden yang diminta untuk menjawab, dimana pertanyaan dalam angket berisi alternatif jawaban yang

diberikan, sehingga jawaban tersebut berkaitan dengan himpunan kemungkinan jawaban yang diberikan.

2. Dokumentasi

Teknik yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari sumber atau dokumen tertulis, baik berupa buku, jurnal, peraturan perundang-undangan, risalah rapat, catatan, dsb.

3. Wawancara

Bicara dengan target. Percakapan terjadi antara 2 pihak, pembicara wawancara memberi pertanyaan kepada seseorang diberi pertanyaan dengan menjawab.

4. Observasi

Observasi adalah kompleks teknik yang terdiri dari beberapa teknik biologis dan psikologis. Dua proses yang wajib yaitu observasi dan daya ingat.

Dalam pendekatan studi ini, data yang diterima dari kuesioner akan diperiksa menggunakan perangkat lunak SPSS. Kuesioner ini dirancang dengan skala Likert, yang memberikan skor untuk setiap respons. Skala Likert digunakan untuk menganalisis perspektif, sikap, dan persepsi individu atau kelompok terhadap peristiwa sosial yang sedang diselidiki. Menggunakan skala ini, variabel independen dan dependen akan dipecah menjadi beberapa indikator variabel, yang akan menjadi dasar untuk mengembangkan komponen instrumen dalam konteks penelitian, baik dalam bentuk pernyataan atau pertanyaan (sugiyono, 2019).

Berikut tabel skala *likert* dalam kuesioner pada penelitian ini:

Tabel 3. 2 Skala Likert

Kategori	Skor
STS: Sangat tidak setuju	1
TS: Tidak setuju	2
N: Netral	3
S: Setuju	4
SS: Sangat setuju	5

Sumber: (sugiyono, 2019).

3.7 Defenisi Operasional Variabel

Berdasarkan pertanyaan pokok tersebut, variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Variabel dependen (terikat) ialah yang mana memodifikasinya terpengaruhi oleh variabel independen (bebas). Variabel dependen/terikat pada penelitian ini adalah loyalitas konsumen (Y).
2. Variabel independen (bebas) adalah variabel yang memodifikasi perubahan variabel dependen/terikat, dan variabel independen/bebas pada penelitian adalah kepercayaan (X1), kepuasan konsumen (X2) dan citra merek (X3).
3. Variabel definisi operasional penelitian adalah variabel bebas (kepercayaan, kepuasan pelanggan dan citra merek), variabel terikat (loyalitas konsumen), yaitu:

Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi variable	Indikator	Skala
----------	-------------------	-----------	-------

Kepercayaan (X1)	Kepercayaan adalah cara pemahaman konsumen juga tindakan yang dilakukan sebagai pertimbangan dalam memilih sesuatu keinginan mempunyai tujuan juga manfaatnya. (Krisnanto and Yulianthini 2021)	1. <i>Benevolance</i> 2. <i>Ability</i> 3. <i>Integrity</i> 4. <i>Willingness to depend</i>	Likert
Kepuasan Konsumen (X2)	kepuasan konsumen yaitu kapasitas dari simpulan/fungsi dari kemampuan seseorang dan keinginan. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Pelanggan merasa puas bilamana pelayanan sama dengan ambisi. Jika kinerja melampaui ambisi, konsumen sangat puas dan bahagia, (Kumrotin, 2021)	1. kepuasan 2. Memuaskan keinginan konsumen 3. Sering membeli produk	Likert
Citra Merek (X3)	Menurut (Syafira Adinda Fauzy and Suherman 2023) citra merek adalah koleksi pikiran, ide, kesan, dan persepsi tentang merek yang dimiliki oleh individu, komunitas, atau masyarakat.	1. Pengenalan (<i>Recognition</i>) 2. Reputasi (<i>Reputation</i>) 3. Daya tarik (<i>Affinity</i>)	Likert
Loyalitas Konsumen (Y)	Menurut Suryati didalam (Yeolanda and Heryenzus 2023) loyalitas pelanggan adalah kelaziman karakter pembelian berulang, minat yang tinggi dan keikut sertaan dalam pilihan, dan ditandai dengan pelacakan informasi eksternal dan pertimbangan alternatif.	1. Kepercayaan 2. Ketertarikan emosional 3. Rekomendasi 4. Mampu memanfaatkan fasilitas yang ada secara maksimal.	Likert

Sumber: Peneliti, 2024

3.8 Metode Analisis Data

Teknik data lapangan kuantitatif deskriptif digunakan dengan penalaran induktif, ialah metode menyimpang dari pengamatan tentang kondisi atau masalah tertentu untuk memperoleh pengetahuan ilmiah, kemudian ditarik kesimpulan

umum. Berdasarkan informasi di atas, peneliti menganalisis data untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kepercayaan, kepuasan konsumen dan citra merek terhadap loyalitas konsumen Ms Glow di kota Batam.

3.8.1 Statistik Deskriptif

Menurut (Martias 2021) pengukuran grafik yang mengngibaratkan atau menggambarkan informasi yang diperhatikan sehubungan dengan rata-rata, standar deviasi, perbedaan, paling ekstrim, paling tidak, agregat, rentang, kurtosis dan skewness (pertemuan penyebaran).

Definisi statistik deskriptif merupakan teknik statistik jika berhubungan dengan penghimpunan dan penyampaian data untuk membagikan informasi yang berguna. Informasi yang berguna disediakan di sini untuk disajikan dengan cara yang mudah pembaca atau pengguna untuk membaca dan menggunakan data.

Analisis bertujuan untuk mengkarakterisasi setiap variabel penelitian. Untuk membuat skor tipikal untuk setiap skala pertanyaan pada kuesioner, dapat menerapkan rumus berikut:

$$(5. SS) + (4. S) + (3. N) + (2. TS) + (1. STS)$$

$$SS + S + N + TS + STS$$

Mengenai kualitas perolehan jawaban responden, dengan rumus sebagai ialah:

$$TCR = \frac{Rs}{n} \times 100$$

Rumus 3. 2 Rentang Skala

TCR : Tingkat Capaian Responden

Rs : Rata-rata Skor Jawaban Responden

N : Nilai Skor Jawaban

Langkah pertama dalam menentukan rentang skala adalah menentukan nilai minimum dan maksimum skala. Ukuran sampel adalah 100 orang, dan ada lima pilihan respons yang berbeda.

$$RS = \frac{100(5 - 1)}{5}$$

$$RS = \frac{100(4)}{5}$$

$$RS = 80$$

Berdasarkan perhitungan di atas, skor rentang skala dapat ditampilkan secara rinci dalam tabel berikut:

Tabel 3. 4 Rentang Skala

No	Pernyataan	Skor Positif
1	100 – 180	Sangat tidak setuju
2	180,01 – 260,01	Tidak setuju
3	260,02 – 340,02	Netral
4	340,03 – 420,03	Setuju
5	420,04 – 500,04	Sangat setuju

Sumber: Peneliti, 2024

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Validitas setiap butir soal dilihat pada tabel yang berjudul “Total Item Statistics” pada hasil Statistics program for Science (SPSS) versi 30. Suatu soal dianggap valid jika item yang dikoreksi signifikan koefisien korelasi 0,05. Pengujian validitas sebaiknya dilakukan korelasi Pearson (*Pearson Product Moment*) pada lembaran yang selanjutnya konstruk variabel satu dengan yang lainnya, sehingga setiap pertanyaan dapat mengetahui variabel mana yang tidak valid. Uji ini membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel sebagai syarat untuk menentukan validitas. Nilai r hitung (Korelasi Pearson) berfungsi sebagai referensi untuk menentukan validitas atau legitimasi dari pertanyaan penelitian.

Rumus ini didasarkan pada koefisien korelasi Pearson Product Moment,

yaitu:

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

Rumus 3. 3 Koefisien
Korelasi Product Moment

Sumber: (Anderha and Maskar 2021)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara X dan Y

n = Jumlah subjek

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total dari seluruh item

Maka resolusinya adalah:

- a. Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel dimensi dikatakan valid jika korelasi total item dikoreksi $>0,05$

- b. Jika nilai r hitung lebih kecil dari r tabel korelasi elemen total dikoreksi $<0,05$, dimensi ketidak validan.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Pengujian keandalan adalah proses untuk menentukan seberapa konsisten jawaban responden. Keandalan sering dinyatakan secara numerik, biasanya sebagai koefisien, yang menunjukkan tingkat konsistensi dari jawaban yang diberikan. Semakin besar koefisien yang diukur, semakin konsisten jawaban responden.

Adapun rumus *Cronbach's Alpha* yang dimaksud adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{n}{(n-1)} \left(1 - \frac{\sum Si}{St} \right)$$

Rumus 3. 4 Metode Cronbach's

Sumber: (Anderha and Maskar 2021)

r_{11} = Nilai reliabilitas

k = Jumlah item

$\sum Si$ = Jumlah varian skor tiap-tiap item

St = Varian total

Uji reliabilitas penelitian ini didasarkan pada teknik *Cronbach Alpha*. Dasar keputusan pengutipan pada pengujian ini ialah yang hasil *Cronbach Alpha* $> 0,60$ angket/kuesioner dianggap konsisten atau reliabel, dan jika hasil *Cronbach Alpha* $< 0,60$ angket/kuesioner diperlihatkan *non reliabel*/tidak konstan.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis klasik pada teknik regresi membantu menentukan apakah suatu teknik regresi merupakan teknik regresi yang baik. Uji hipotesis klasik adalah uji multi multikolineritas, uji heteroskedastisitas, serta uji normalitas.

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ialah dipergunakan sebagai penilai distribusi data yang kumpulan data/variabel, dilihat dari adakah data terdistribusi normal atau tidak. Jika nilai Sig > 0,05 maka data yang dicari berada di bawah distribusi normal. jika nilai Sig < 0,05 maka data pencarian terindikasi tidak normal.

3.8.3.2 Uji Multikolineritas

Uji ini digunakan untuk memeriksa apakah terdapat korelasi atau hubungan yang kuat antara variabel independen atau variabel bebas dalam teknik regresi. Tes ini dipergunakan untuk mengetahui adakah area kekuatan atau hubungan dengan variabel bebas pada metode relaps/regresi.

Seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen, juga tidak boleh ada gejala dari beberapa langkah. Jika nilai VIF adalah >10,00 maka model regresi memiliki hubungan linier berganda. Dan jika <10,00 maka model tidak berlaku regresi.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dipakai sebagai memeriksa adakah variasi/perubahan nilai heritable dengan teknik regresi dari pengamatan satu pada pengamatan lainnya. Jika hasil Sig

$>0,05$ model regresi tidak menunjukkan tanda-tanda heterogenitas (heteroskedastisitas). jika nilai $\text{Sig} < 0,05$ model regresi memiliki indikasi heterogenitas (heteroskedastisitas).

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisa Regresi Linear Berganda

Metode regresi dilakukan untuk menguji hubungan dan pengaruh suatu variabel bebas (independen) terhadap suatu variabel terikat (dependen). Analisis regresi berganda juga bertujuan mengetahui pengaruh kepercayaan, kepuasan konsumen dan citra merek terhadap loyalitas konsumen. Rumus untuk rumus regresi linier berganda adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Rumus 3. 5 Regresi Linear Berganda

Penjelasan:

Y = Loyalitas

X1 = Kepercayaan

X2 = Kepuasan konsumen

X3 = Citra merek

α = koefisien konstanta

β_1 = koefisien

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi, atau R², adalah metrik statistik yang mengukur seberapa baik model regresi menjelaskan varians dalam variabel dependen.

Nilainya dapat berkisar dari 0 hingga 1. Model dengan nilai R^2 sebesar 0 tidak menjelaskan variasi apa pun, sedangkan nilai R^2 sebesar 1 sepenuhnya menjelaskan varians data. Kesesuaian model dengan data meningkat saat mendekati 1. Meskipun R^2 menawarkan ringkasan yang jelas, penting untuk diingat bahwa angka yang lebih besar tidak selalu berarti model yang lebih baik, terutama jika model tersebut terlalu rumit (overfitting) atau jika variabel independen yang tidak diperlukan dimasukkan. Untuk penilaian yang lebih menyeluruh, metrik lain seperti R^2 yang disesuaikan harus dipertimbangkan.

3.8.5 Uji Hipotesis

Hipotesis solusi sementara untuk perumusan topik studi, yang dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Ini disebut sebagai awal karena respons yang diberikan tetap bergantung pada teori yang sesuai daripada fakta empiris yang dikumpulkan melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dijelaskan sebagai solusi teoretis untuk pernyataan topik penelitian, daripada jawaban empiris (sugiyono, 2019).

3.8.5.1 Uji t

Ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji-t dilakukan untuk menguji adakah berpengaruh variabel bebas (*independen*) dengan variabel terikat (*dependen*) berpengaruh signifikan secara parsial.

$$t \text{ hitung} = r \frac{\sqrt{n - k - 1}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Rumus 3. 6 Uji T

Sumber: (Sahir 2021)

Keterangan:

t = Nilai uji t

r = Koefisien korelasi

r^2 = Koefisien korelasi di kuadratkan

Jika nilai t hitung yang diperkirakan melebihi nilai t tabel pada tingkat signifikansi 0,05, H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan bahwa variabel independen (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Sebaliknya, jika nilai t hitung yang diestimasi kurang dari nilai t -tabel pada tingkat signifikansi 0,05, H_0 diterima dan H_a ditolak. Ini menunjukkan bahwa variabel independen (X) tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen (Y).

1. Jika hasil Sig >0,05 menerima H_0 dan menolak H_a .
2. Jika lebih besar dari <0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.