

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau nilai dari orang, obyek, organisasi, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat)

3.1.1 Variabel Independen

Variabel ini merupakan variabel yang akan menjelaskan serta memberikan dampak atau pengaruh terhadap variabel lainnya. Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah kualitas produk (X1), citra merek (X2), dan harga (X3).

3.1.2 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel terikat yang telah dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen (Y) pada pengguna kosmetik Emina di Kota Boyolali.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang dilakukan dengan mengumpulkan, menyederhanakan hingga mengolah data yang berupa angka-angka, lalu dijabarkan secara deskriptif. Menurut Sugiyono (2017), analisis deskriptif adalah statistik yang

digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3.3 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Kegiatan tempat penelitian ini dilakukan oleh peneliti dengan mengambil sampel konsumen kosmetik Emina yang berdomisili di wilayah Boyolali Jawa Tengah.

Kota Boyolali mempunyai jumlah tiga Kelurahan yaitu Banaran, Pulisen, dan Siswodipuran. Dan memiliki enam desa terdiri dari desa Karanggeneng, Kebonbimo, Kiringan, Mudal, Penggung, dan Winong. Dan waktu dalam penelitian ini merupakan periode tertentu dimana suatu penelitian berlangsung. Waktu penelitian ini dilakukan selama satu bulan dari bulan Maret – bulan April 2023.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan kumpulan dari obyek atau pun subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu. Populasi mempunyai jumlah keseluruhan dari unit dengan ciri-ciri yang diprediksi sebagai obyek penelitian (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna kosmetik Emina di wilayah kota Boyolali.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya

karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sedangkan pendapat menurut Gulo (2010), sampel merupakan himpunan bagian/subset dari suatu populasi, sampel memberikan gambaran yang benar mengenai populasi.

Untuk menentukan sampel penelitian menggunakan rumus Slovin, sebab jumlah populasi yang dapat dihitung dan pada penelitian ini menggunakan standar tingkat kesalahan 10%.

Untuk memperoleh sampel yang representatif, peneliti harus menggunakan rumus :

$$n = \frac{(z^2)}{4(moe)^2}$$

Keterangan

n = Besarnya ukuran sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dalam penentuan sampel 95% = 1,96

moe = *Margin of Error* atau kesalahan maksimum yang bisa di toleransi, disini ditetapkan sebesar 10%

3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Kualitas produk (X1) adalah sejumlah keistimewaan produk yang memenuhi keinginan pelanggan
2. Citra merek (X2) adalah sekumpulan asosiasi merek yang terdapat di dalam ingatan konsumen
3. Harga (X3) sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh produk
4. Loyalitas Konsumen (Y) adalah melakukan pembelian yang berulang pada suatu pasar atau market yang sama.

Tabel 3.1
Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	Sejumlah keistimewaan produk yang memenuhi keinginan pelanggan	1. Desain Yang Bagus 2. Keunggulan Dalam Persaingan 3. Daya Tarik Fisik 4. Keaslian	Likert
Citra Merek (X2)	Sekumpulan asosiasi merek yang terdapat di dalam ingatan konsumen	1. Atribut produk 2. Keuntungan konsumen 3. Kepribadian merek	Likert
Harga (X3)	Sejumlah nilai yang di pertukarkan untuk mendapatkan suatu produk	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk	Likert
Loyalitas Konsumen (Y)	Melakukan pembelian produk berulang-ulang pada produk yang sama	1. Melakukan Pembelian Ulang Secara Teratur 2. Membeli antar lini produk dan jasa 3. Mereferensikan produk 4. Menunjukkan Kekebalan Terhadap Ketarikan Dari Pesaing	Likert

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan tertulis pada responden untuk

dijawabnya, dengan cara memberi tanda tertentu pada alternatif jawaban yang disediakan (Sugiyono, 2010).

Metode ini dianggap mempunyai kelebihan dan kekurangan sebagai pengumpul data yang baik. Kelebihan pertanyaan tertutup adalah memberikan kemudahan pada responden dalam menjawab dengan memutuskan salah satu alternatif jawaban yang diberikan. Kekurangan tipe pertanyaan tertutup adalah responden tidak memiliki kesempatan untuk memberikan komentar tambahan karena jawaban yang terbatas pada pilihan yang diberikan oleh peneliti pada kuesioner. Pertanyaan yang diberikan pada penelitian ini mengenai citra merek, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen kosmetik Emina di kota Boyolali.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap loyalitas konsumen dilakukan dengan skala likert mengembangkan prosedur pengukuran dengan skala, dimana mewakili suatu kontinum bipolar.

Adapun alternatif jawaban pada skala likert, yaitu dengan memberikan skor pada pertanyaan-pertanyaan di kuesioner.

Sangat Setuju (SS) : 5

Setuju (S) : 4

Netral (N) : 3

Tidak Setuju (TS) : 2

Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

3.7 Uji Instrumen

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan dalam pengukuran fenomena sosial maupun alam, fenomena tersebut sering disebut sebagai variabel penelitian. Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah kuesioner atau angket, dan untuk perhitungan data yang diperoleh peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25.

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas data merupakan uji yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji validitas menggunakan kriteria : teknik korelasi *corrected item-total correlation* yaitu merupakan salah satu parameter yang digunakan untuk mengevaluasi properti psikometris alat ukur Anwar, S (2015). Pengujian ini menggunakan dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (uji 2 dengan sig 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (uji 2 dengan sig 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu hasil pengukuran konsisten apabila pengukuran lebih dari satu kali, dengan kata lain reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dengan menggunakan gejala yang sama. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik cronbach's alpha. Ketika suatu variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6$ maka butir pertanyaan dalam instrumen penelitian tersebut adalah dapat diandalkan Ghozali dalam Andriaswari (2016), dan sebaliknya jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ maka butir pernyataan tersebut tidak reliabel.

3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan dalam model regresi, yang meliputi pengujian diantaranya sebagai berikut :

3.8.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011) bahwa uji normalitas adalah pengujian apakah dalam sebuah model regresi yang mengasumsikan setiap residual didistribusikan secara normal atau tidak. Model regresi yang baik apabila setiap residualnya terdistribusi dengan normal. Pengujian normalitas biasanya menggunakan Kolmogorof Smirnov jika probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5% maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.8.2 Uji Heterokedastitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamat ke pengamat lain (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak mengalami

heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji glejser. Dalam hal ini apabila signifikansi lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

3.8.3 Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (*independen*) (Ghozali, 2011). Multikolinearitas dapat menyebabkan variabel-variabel menjelaskan varians yang sama dalam mengestimasi variabel dependen. Multikolinearitas dapat diketahui dari nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Dikatakan bebas dari multikolinearitas ketika nilai *tolerance* lebih besar dari 10% atau VIF kurang dari 10.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis ini dilakukan menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk mengetahui hubungan pengaruh antar satu variabel terhadap variabel lain. Analisis regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

Persamaan regresi linier berganda

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan

a : Konstan

Y : Loyalitas Konsumen

X₁ : Kualitas Produk

- X_2 : Citra Merek
- X_3 : Harga
- $\beta_1- \beta_3$: Koefisien Variabel Bebas
- e : *Standar Error*

Linearitas hanya dapat diterapkan pada regresi berganda karena memiliki variabel independen lebih dari satu.

3.9.2 Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara bersamaan atau simultan dan signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat untuk meneliti apakah model dari penelitian tersebut sudah sesuai atau tidak. Kriteria pengujian dengan uji F sebagai berikut:

1. Jika nilai F hitung $>$ F tabel , berarti ada pengaruh secara simultan dari semua variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai F hitung $<$ F tabel , berarti tidak ada pengaruh secara simultan dari semua variabel independen terhadap variabel dependen.

3.9.3 Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel individu independen dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2011). Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat apakah berpengaruh secara signifikan atau tidak. Dasar pengambilan keputusan adalah :

1. Jika t-hitung $<$ t-tabel, maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka variabel dependen secara individual berpengaruh terhadap variabel independen.

Kriteria pengujian yang digunakan dengan membandingkan nilai signifikan yang diperoleh dengan taraf signifikan yang telah ditentukan yaitu 0,05. Apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

3.9.4 R^2 (Adjusted R Square)

Tujuan R^2 adalah untuk mengetahui seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Dalam pengujian hipotesis koefisien determinasi dilihat dari besarnya R^2 untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen yaitu kualitas produk, citra merek, harga terhadap variabel dependen yaitu loyalitas konsumen. Dapat ditunjukkan bahwa nilai R^2 yang tinggi maka model regresi tersebut semakin baik, karena proporsi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen semakin besar. Nilai R^2 mempunyai interval antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika nilai R^2 bernilai sebesar (mendekati 1) berarti variabel-variabel independen dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Sedangkan jika R^2 bernilai kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas (Ghozali, 2011).