

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *explanative Research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian menurut tingkat penjelasan adalah penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan-kedudukan variabel yang di teliti serta hubungan antar suatu variabel dengan variabel yang lain. Selain itu penelitian ini dimaksudkan untuk menguji hipotesa yang telah di rumuskan sebelumnya. Pada akhirnya hasil penelitian ini menjelaskan hubungan kausal antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tiga hubungan variabel yaitu Kualitas Produk (X1), Kepercayaan Merek (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y).

3.2 Sumber data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah. Jenis data yang digunakan dalam proses penelitian adalah :

3.2.1 Data primer

Data primer merupakan hasil tabulasi dari jawaban responden. Data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti yang diperoleh langsung dari responden. Data primer didapatkan dengan menggunakan instrumen kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data yaitu:

1. Penelitian Lapangan (*Field ReKualitas Pelayanan*)

Teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan, dengan maksud untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Data tersebut diperoleh dengan cara:

- a. Kuesioner, yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui pengisian kuesioner secara langsung terhadap responden yang telah ditentukan sebagai sampel penelitian. Data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian yaitu mengenai Kepuasan Konsumen Produk *Handsanitizer* Merek Dettol Di Bandar Lampung. Untuk menyaring terhadap data tersebut, maka disediakan lima alternatif jawaban dengan masing-masing skor sebagai berikut:
- Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
 - Jawaban Setuju (S) diberi skor 4
 - Jawaban Netral (N) diberi skor 3
 - Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
 - Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiono (2016,p.80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh tim peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Jumlah Konsumen yang sudah melakukan pembelian Produk *Handsanitizer* merek Dettol Di Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiono (2016,p.81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut karena banyaknya jumlah populasi maka penentuan sampel dilakukan dengan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu sampel yang teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Jumlah sampel dapat ditentukan dengan rumus estimasi proporsi.

Ada beberapa kriteria sampel yang saya gunakan yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.1
Kriteria Pemilihan Sampel

No.	Kriteria Pemilihan Sampel
1.	Usia responden 15 tahun sampai 40 tahun, baik laki-laki maupun perempuan yang sudah membeli <i>Handsanitizer</i> merek Dettol
2.	Melakukan pembelian minimal 2 kali <i>Handsanitizer</i> merek Dettol, memakai <i>Handsanitizer</i> merek Dettol.

Penentuan jumlah sampel menurut Hair et.al (2016) bahwa pengambilan jumlah sampel tergantung pada jumlah pernyataan kuesioner dikali 5 sampai 10. Jadi jumlah sampel pada penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{jumlah pernyataan kuesioner} \times 10 \\ &= 15 \times 10 \\ &= 150 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas didapatkan 150 sampel responden yang dapat mewakili pelanggan *Handsanitizer* Dettol.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono:2016,p.38). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel adalah Kepuasan Konsumen *Handsanitizer* di Bandar Lampung.

3.5.1 Variabel Bebas (*Independen*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2016:39). Dalam penelitian ini variabel independen adalah Kualitas Produk (X1), dan Kepercayaan Merek (X2).

3.5.2 Variabel Terikat (*Dependen*)

Variabel terikat (*dependen*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan makna variabel yang sedang diteliti. Menurut Ridwan Kuncoro (2007) definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel atau dengan kata lain semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variabel.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Konsep Operasional	Indikator	Skala Ukur
Kualitas Produk (X1)	Kotler et al (2018) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, pengoperasian dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.	Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk meragakan fungsinya. Mutu adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya termasuk keawetan, keandalan, kecepatan kemudian dipergunakan dan diperbaiki, serta atribut bernilai yang lain. Walau sebagian dari atribut ini terukur, namun dari pandangan pemasar mutu haruslah diukur dengan persepsi pembeli.	1. Performa dari produk yang dirasakan konsumen 2. Keunggulan tambahan dari produk 3. Keterampilan produk 4. Kecocokan dengan spesifikasi antara produk dengan apa yang diharapkan konsumen. 5. Keindahan pengemasan dalam produk Kotler et al (2018)	Interval

Kepercayaan Merek (X2)	Menurut Warusman dan Untarini (2016), “kepercayaan merek merupakan suatu nilai merek yang dapat diciptakan melalui beberapa aspek yang dapat menimbulkan kepuasan konsumen, dimana setiap individu pada konsumen menghubungkan kepercayaan merek dengan pengalaman pada merek tersebut”.	Kepercayaan merek adalah sudut pandang konsumen dengan merek tersebut dan rasa percaya pada merek, kepuasan, pengalaman, dan penggunaan secara langsung dan tidak langsung dengan merek serta memberikan hasil yang positif kepada konsumen sehingga akan menimbulkan kesetiaan terhadap suatu merek.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesukaan Pada Merek (<i>Brand Liking</i>) 2. Kompetensi Merek (<i>Brand Competence</i>) 3. Reputasi Merek (<i>Brand Reputations</i>) 4. Kualitas Merek Stabil (<i>Brand Quality Stable</i>) 5. Keyakinan Merek (<i>Confidence to Brand</i>) 6. Kepercayaan pada Perusahaan (<i>Trust In The Company</i>) <p>Juwono Dwi Warusman (2016)</p>	Interval
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan Konsumen menurut Kotler & Amrstrong (2018) adalah kepuasan yang didasari atas sesuatu hal yang dirasa oleh pembeli atas kinerja barang/jasa yang yang telah dikonsumsi lalu dibandingkan dengan harapan dari pembeli tersebut atas barang / jasa tersebut.	Kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen bahwa keinginannya atau harapannya telah terpenuhi dengan membeli dan menggunakan produk tersebut. Apabila konsumen puas maka uang yang dimiliki konsumen akan dibelanjakan untuk produk yang ditawarkan perusahaan, dengan demikian perusahaan akan mendapat keuntungan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli Kembali 2. Menciptakan <i>Word-of-Mouth</i> 3. Menciptakan citra merek 4. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama. <p>Kotler dan Armstrong (2018)</p>	Interval

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

Menurut Sugiono (2016,p.102) instrumen penelitian pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena social maupun alam

3.7.1 Uji Validitas Instrumen

Menurut Sugiono (2016,p.269) Uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam melakukan pengujian ini peneliti menggunakan 30 responden, alasan peneliti menggunakan 30 responden karna distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurve normal dan dianggap mewakili. Metode uji kevalidan yang digunakan adalah *Korelasi Product Moment* dengan kriteria sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{[(n \sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [(n \sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

r = Korelasi antara variabel X dan Y

n = Jumlah responden

X = Jumlah skor item

Y = Jumlah skor total seluruh item

Prosedur pengujian:

1. H_0 : data valid
 H_a : data tidak valid
2. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid
 Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid
3. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS
(Statistical Program and Service Solution seri 20.0).

4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya

3.7.2 Uji Reliabilitas Instumen

Menurut Sugiono (2016.p.269) uji reliabilitas menunjukkan kepada suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabel artinya dapat dipercaya, untuk mengetahui tingkat reliabel kuisioner maka digunakan rumus Alpha Cronbach berikut ini:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{I - \sum ob^2}{oi^2} \right]$$

dimana

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya soal

$\sum ob^2$ = Jumlah varians butir

oi^2 = Varians total

Prosedur pengujian:

1. H_0 : data reliabel

H_a : data tidak reliabel

2. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen reliabel

Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak reliabel

Tabel 3.3

Interprestasi nilai r Korelasi Product Moment

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000-1,0000	Sangat tinggi
0,6000-0,7999	Tinggi
0,4000-0,5999	Cukup
0,2000-0,3999	Rendah
0,0000-0,1999	Sangat Rendah

3. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*).
4. Kesimpulan hasil dari 1 dan 2

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Data

Menurut Rambat Lutfiando dan Ridho Barmulya Ikhsan (2015, p.134) uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis apakah penyebarannya normal atau tidak, maka kita tidak dapat menggunakan analisis parametric melainkan menggunakan analisis non-parametrik. Namun ada solusi lain jika data tidak berdistribusi normal, yaitu dengan menambah lebih banyak jumlah sampel. Penggunaan uji Kolomogrof-Smirnov atau uji K-S termasuk dalam golongan non-parametrik karena peneliti belum mengetahui apakah data yang digunakan termasuk data parametrik atau bukan. Pada uji K-S data dikatakan normal apabila nilai $Sign > 0.05$.

Prosedur pengujian :

1. H_0 : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.
 H_a : Data berasal dari populasi tidak berdistribusi normal.
2. Apabila nilai (sig) < 0.05 berarti sampel tidak normal.
 Apabila nilai (sig) > 0.05 berarti sampel normal.
3. Pengujian normalitas data melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*)

3.8.2 Uji Linieritas

Menurut Rambat Lutfiando dan Ridho Barmulya Ikhsan (2015, p.146) Uji linieritas yaitu untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi ataupun regresi linier dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0.05. dengan kata lain, uji linieritas dalam pengujian asumsi regresi dapat terpenuhi, yaitu variabel Y merupakan fungsi linier dari gabungan variabel-variabel X.

Prosedur pengujian :

1. H_0 : Model regresi berbentuk linire.
 H_a : Model regresi tidak berbentuk linire.
2. Jika probabilitas (sig) > 0.05 maka H_0 diterima.
 Jika probabilitas (sig) < 0.05 maka H_0 ditolak.
3. Kesimpulan
4. Pengujian normalitas data melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 20.0)

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Uji ini tidak boleh terdapat multikolinieritas diantara variabel penjelas pada model tersebut yang di indikasikan oleh hubungan sempurna atau hubungan yang tinggi diantara beberapa atau keseluruhan variabel penjelas. Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat juga diketahui dengan menggunakan nilai VIF (*variance inflation factor*). Jika nilai VIF lebih dari 10 maka ada gejala multikolinieritas, sedangkan unsur $(1 - R^2)$ di sebut *collinierty tolerance*, artinya jika nilai *collinierty tolerance* dibawah 0,1 maka ada gejala multikolinieritas.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai $VIF \geq 10$ maka ada gejala multikolinieritas
 Jika nilai $VIF \leq 10$ maka tidak ada gejala multikolinieritas
2. Jika nilai *tolerance* $< 0,1$ maka ada gejala multikolinieritas
 Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ maka tidak ada gejala multikolinieritas
3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 20.0).
 Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) $> 0,1$ maka variable X multikolinieritas atau tidak multikolinieritas.

3.9 Metode Analisis Data

Sugiono (2016) menyatakan bahwa Metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan respon, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel

yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Analisis ini dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel terikat (Y) terhadap dua atau lebih variabel (X) dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Konsumen

X1 : Kualitas Produk

X2 : Kepercayaan Merek

a : Konstanta

et : error tern

b1,b2: Koefisien regresi

3.10 Pengujian Hipotesis

Agar dapat diketahui apakah diantara variabel ada yang mempunyai pengaruh harus dilakukan pengujian hipotesis.

3.10.1 Uji t atau Uji Parsial

1. Pengaruh Kualitas Produk (X₁) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Ho = Kualitas Produk (X₁) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) *Handsanitizer* Dettol Di Bandar Lampung.

Ha = Kualitas Produk (X₁) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) *Handsanitizer* Dettol Di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak.
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima

2. Kepercayaan Merek (X₂) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Ho = Kepercayaan Merek (X₂) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) *Handsanitizer* Dettol Di Bandar Lampung.

H_a = Kepercayaan Merek (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) *Handsanitizer* Dettol Di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

3.10.2 Uji F atau Uji Simultan

Uji f : Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Kepercayaan Merek (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) *Handsanitizer* Dettol Di Bandar Lampung.

H_0 = Kualitas Produk (X1) dan Kepercayaan Merek (X2) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) *Handsanitizer* Dettol Di Bandar Lampung.

H_a = Kualitas Produk (X1) dan Kepercayaan Merek (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) *Handsanitizer* Dettol Di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut:
 - Jika nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak
 - Jika nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima
2. Menentukan nilai titik kritis untuk f table pada $db_1 = k$ dan $db_2 = n - k - 1$
3. Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai α (0,05) dengan kriteria sebagai berikut :
 - Jika nilai sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak
 - Jika nilai sig $> 0,05$ maka H_0 diterima
4. Menentukan kesimpulan uji hipotesis.
 - Metode pertama pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Konsumen *Handsanitizer* Merek Dettol Di Bandar Lampung :

$f_{hitung} > f_{tabel}$ = Tidak ada pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Konsumen *Handsanitizer* Merek Dettol Di Bandar Lampung.

$f_{hitung} < f_{tabel}$ = ada pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Konsumen *Handsanitizer* Merek Dettol Di Bandar Lampung.

- Metode kedua pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Konsumen *Handsanitizer* Merek Dettol pada Di Bandar Lampung :

$sig < 0,05$ = Tidak terdapat pertama pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Konsumen *Handsanitizer* Merek Dettol Di Bandar Lampung.

$sig > 0,05$ = terdapat pertama pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Konsumen *Handsanitizer* Merek Dettol Di Bandar Lampung.