

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yang dimana data yang ditanyakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Penelitian kuantitatif sendiri merupakan penelitian yang didasarkan pada data kuantitatif yang berbentuk angka atau bilangan (Suliyanto, 2018). Metode penelitian ini merupakan penelitian kausalitas, yaitu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antar variabel (Suliyanto, 2018). Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan menguji pengaruh antar variabel independen (variabel bebas) yaitu kualitas produk dan kepercayaan merek terhadap variabel dependen (variabel terikat) yaitu loyalitas konsumen.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian yaitu data primer. Data primer merupakan data yang dibutuhkan oleh peneliti yang diperoleh langsung dari sumber utama secara langsung (Syahza, 2021). Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden, yaitu orang yang menjawab atau menanggapi pertanyaan tertulis dan lisan. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen pada *marketplace* Shopee.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan (*field research*) penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang disusun secara cermat terlebih dahulu yang akan diberikan kepada responden (Anwar Sanusi, 2019). Skala pengukuran pada penelitian ini yang digunakan adalah skala likert dengan tabel skala kuesioner berikut:

Tabel 3. 1 Skala Kuesioner

SS	Sangat Setuju	Skor 5
S	Setuju	Skor 4
CS	Cukup Setuju	Skor 3
TS	Tidak Setuju	Skor 2
STS	Sangat Tidak Setuju	Skor 1

Sumber: Sulyanto, 2018

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah umum yang terdiri dari subjek atau objek dengan kualitas tertentu yang diterapkan dalam penelitian untuk diterapkan dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2018). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan *marketplace* Shopee. Jumlah populasi pada penelitian ini tidak dapat diketahui dengan pasti, karena pertumbuhan populasi sangat cepat dan mudah hilangnya sehingga populasi tidak dapat dipastikan dengan tepat.

3.4.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang diteliti/diamati, dan diasumsikan dapat menggambarkan keadaan atau ciri-ciri populasi (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini sampel diambil dari populasi yaitu beberapa konsumen yang menggunakan *marketplace* Shopee. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* adalah cara pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan- pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Adapun pertimbangan tersebut, yaitu:

Tabel 3. 2 Kriteria Pemilihan Sampel

No.	Kriteria Pemilihan Sampel
1.	Responden pernah melakukan pembelian produk secara berulang di <i>marketplace</i> shopee.
2.	Responden mengetahui berbagai macam jenis produk yang tersedia di <i>marketplace</i> shopee.

Sumber : Data diolah, 2023

Penentuan jumlah sampel yang representative menurut Hair dalam Ridwan (2019), dimana jumlah sampel ini sama dengan jumlah indikator dikalikan derajat kepercayaan 5 hingga 10. Jumlah indikator dalam penelitian ini sejumlah 12 indikator. Sehingga, jumlah sampel penelitian ini dapat ditentukan dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Sampel} &= \text{Total Indikator} \times \text{Derajat Kepercayaan} \\
 &= 24 \times 5 \\
 &= 120 \text{ Responden}
 \end{aligned}$$

Maka, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 120 responden.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan atribut atau nilai seseorang atau objek kegiatan yang memiliki perubahan tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan mendapat kesimpulan (Suliyanto, 2018). Variabel adalah gejala yang menjadi fokus perhatian. Dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

3.5.1 Variabel Bebas/*Independen*

Menurut Sugiyono (2017) variabel *independen* adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel *dependen* (terikat). Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah Kualitas Produk (X1) dan Kepercayaan Merek (X2).

3.5.2 Variabel Terikat/*Dependen*

Menurut Sugiyono (2017) variabel *dependen* adalah variabel yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Loyalitas Konsumen (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Menurut Anwar Sanusi (2019) Definisi operasional variabel penelitian adalah suatu definisi konseptual, disertai indikator-indikator dan skala mengenai variabel yang diamati.

Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala ukur
Kualitas Produk (X ₁)	Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. (Kotler & Amstrong, 2016)	Karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.	1. Kinerja 2. Kehandalan 3. Fitur 4. Daya Tahan 5. Konsisten Desain (Epilinus H, et al, 2022)	Interval

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala ukur
Kepercayaan Merek (X_2)	Kepercayaan merek adalah komitmen yang tampak ketika konsumen percaya bahwa hubungan yang berkelanjutan dengan merek sangat penting sehingga mereka ingin mempertahankan nya melalui usaha maksimal dan percaya membeli merek akan menghasilkan hasil yang positif (Satrio & Sudiono Putri, 2023)	Kepercayaan merek sebagai keinginan konsumen untuk bisa menyandarkan diri pada hubungan dengan partnernya atas dasar keyakinan pada perusahaan.	1. Karakteristik Merek 2. Karakteristik Perusahaan 3. Karakteristik Konsumen Merek (Dwi Satrio, et al, 2023)	Interval
Loyalitas Konsumen (Y)	Loyalitas konsumen yaitu suatu sikap yang ditunjukkan kepada konsumen terhadap penyedia produk atau jasa. Seorang konsumen akan menunjukkan sikap loyalnya	Kecenderungan konsumen untuk membeli atau menggunakan sebuah produk atau jasa tersebut secara berulang-ulang.	1 Pembelian Ulang 2 Merefensikan 3 Ketahanan (Yani Oktianur, et al, 2019)	Interval

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala ukur
	jika suatu perusahaan mampu memberikan kepuasan terhadap konsumennya (Griffin, 2019)			

Sumber: Data Diolah 2023

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

Uji instrumen dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS 23. Menurut Priyatno (2014) SPSS (*Statistical Package For Social Stance*) adalah salah satu program komputer yang digunakan untuk melakukan pengolahan data statistik.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Anwar Sanusi (2019), suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Tingkat validitasnya pada alat ukur dalam ilmu alam umumnya sudah terjamin karena mudah diamati dan hasilnya cepat diperoleh. Instrumen penelitian berupa pertanyaan atau pernyataan yang disusun berdasarkan konstruk atau konsep, variabel dan indikatornya. Validitas instrumen ditentukan dengan mengorelasi antara skor yang diperoleh setiap butir pertanyaan atau pernyataan dengan skor total pengolahan data. Metode yang digunakan untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi (*Pearson Product Moment*) menggunakan SPSS 23 (*Statistical Program and Service Solution*).

Kriteria pegujian dilakukan dengan cara :

Ho: Apabila $\text{Sig} < \text{Alpha}$ (0,05) maka instrumen valid

Ho: Apabila $\text{Sig} > \text{Alpha}$ (0,05) maka instrumen tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Anwar Sanusi (2019) Reliabilitas adalah suatu alat ukur yang menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan pengelolaan yang dibantu oleh SPSS 23 (*Statistical Program and Service Solution*) dengan membandingkan antara Alpha dengan interpretasi nilai r . Uji reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai Alpha indeks korelasi sebagai berikut :

Tabel 3. 4 Interpretasi Nilai R

Koefisien r	Kategori
0,8000-1,0000	Sangat Tinggi
0,6000-0,7999	Tinggi
0,4000-0,5999	Sedang
0,2000-0,3999	Rendah
0,0000-0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Suliyanto, 2018

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Menurut Ghazali (2017), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Dalam penelitian ini pengujian normalitas data dilakukan dengan uji statistik. Uji statistik yang digunakan adalah uji statistik nonparametrik kolmogorov-smirnov (K-S). Pengujian normalitas sampel pada penelitian ini melalui program SPSS 23 (*Statistical Program and Service Solution*).

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

- 1) H_0 : Data berasal dari populasi berdistribusi normal. H_a : Data dari populasi yang berdistribusi tidak normal.

- 2) Apabila (Sig) > 0,05 maka H_0 diterima (Normal) Apabila (Sig) < 0,05 maka H_a ditolak (Tidak Normal)

3.8.2 Uji Linieritas

Menurut Ghazali (2019:166), Uji linearitas adalah untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan salah satu benar. Jadi bagi peneliti yang mengerjakan penelitian yang berjudul “Korelasi antara”, “Hubungan antara” atau “Pengaruh antara”, uji linieritas ini harus kita lalui terlebih dahulu sebagai prasyarat uji hipotesis yang kita munculkan. Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS 23 (*Statistical Program and Service Solution*) dengan menggunakan *deviation from linierity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi lebih dari 0,05.

Prosedur pengujian :

- 1) H_0 : model regresi berbentuk linier
 H_a : model regresi tidak berbentuk linier
- 2) Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka H_0 ditolak Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka H_0 diterima

Menurut Ghazali (2017), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah metode regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan nilai Tolerance, jika nilai Tolerance > 0,10 sama dengan VIF < 10 berarti tidak terjadi multikolinearitas.

3.8.3 Uji Multikolinier

Menurut (Ghozali, 2017), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah metode regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi

antar variabel independen. Dalam analisis regresi berganda, maka akan terdapat dua atau lebih variabel bebas atau variabel independen yang diduga mempengaruhi variabel terikat atau variabel dependen. Pendugaan tersebut akan dapat dipertanggung jawabkan apabila terjadi adanya hubungan yang linier diantara variabel-variabel independen.

Prosedur pengujian :

- 1) Jika nilai tolerance $< 0,10$ maka ada gejala multikolinier
Jika nilai tolerance $> 0,10$ maka tidak ada gejala multikolinier
- 2) Jika nilai VIF $\geq 10,0$ maka ada gejala multikolinier
Jika nilai VIF $\leq 10,0$ maka tidak ada gejala multikolinier
- 3) Pengajuan multikolinier dilakukan melalui program SPSS 23

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Di dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independen yaitu kualitas produk (X1) dan kepercayaan merek (X2). Variabel dependen yaitu loyalitas konsumen (Y) pada *marketplace* shopee di Bandar Lampung. Maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 23. Rumus yang digunakan :

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

Keterangan :

- Y : Variabel terikat
 α : Konstanta
 β : Koefesien regresi
X1 : Kualitas Produk
X2 : Kepercayaan Merek
Y : Loyalitas Konsumen

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji Parsial (Uji-t)

Uji t adalah untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Pada pengujian hipotesis ini, agar hasil penelitian signifikan maka perlu dilakukan pengujian hipotesis melalui uji mengenai pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Kepercayaan Merek (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Pengolahan data ini menggunakan SPSS 23.

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Marketplace* Shopee

Ho: Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen *marketplace* shopee.

Ha: Kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen *marketplace* shopee.

2. Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen pada *marketplace* shopee

Ho: Kepercayaan merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen *marketplace* shopee.

Ha: Kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen *marketplace* shopee.

Hipotesis yang digunakan, yaitu :

- a. Apabila nilai thitung $>$ ttabel dan signifikan $<$ 0,05 berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Apabila nilai thitung $<$ ttabel dan signifikan $>$ 0,05 berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.10.2 Uji Simultan (Uji-F)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Pengaruh kualitas produk dan kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen *marketplace* shopee.

Ho: Kualitas produk dan kepercayaan merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada *marketplace* shopee.

Ha: Kualitas produk dan kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada *marketplace* shopee.

Hipotesis yang digunakan, yaitu :

- a. Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikan $< 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan signifikan $> 0,05$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.