

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah Kausalitas. Dimana desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antarvariabel Anwar Sanusi (2011). Sedangkan pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat potivisme (filsafat yang beranggapan bahwa pengetahuan itu semata-mata berdasarkan pengalaman dan ilmu yang pasti), digunakan untuk meneliti pada populasi/sampel tertentu sugiono (2012). Dalam penelitian ini ingin mengetahui Pengaruh Citra merek Kualitas Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen lipstick wardah di Bandar Lampung

3.2. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner tentang Pengaruh Citra merek Kualitas Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen lipstick wardah di Bandar Lampung.

2. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh melalui dokumen yang dipelajari melalui buku, jurnal, majalah dan internet untuk mendukung penelitian. Melalui tinjauan pustaka dapat dibangun landasan teori yang sesuai dengan permasalahan atau kerangka konseptual penelitian misalnya buku-buku referensi (baik buku-buku wajib perkuliahan maupun buku-buku umum), jurnal-jurnal penelitian, yang berkaitan dengan pembahasan penelitian untuk mencari teori-teori dan prinsip-prinsip yang dapat diterapkan dalam penelitian ini.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam teknik atau metode mengumpulkan data, untuk pengumpulan data primer menggunakan *survey* atau kuesioner. Kuesioner yang diberikan pada responden untuk dijawab, kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan. Pada penelitian ini digunakan dalam pengumpulan datanya, yaitu :

3.3.1 Kuisoner

Merupakan pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dilakukan dengan menyebarkan beberapa daftar pernyataan kepada responden yaitu konsumen Wardah di Bandar Lampung yang berhubungan dengan masalah penelitian yang sedang diteliti. Kuesioner disebarkan kepada responden sebagai sampel atau wakil dari populasi.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karkateristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan Sugiyono (2017). Populasi dalam penelitian ini adalah populasi infinit yang mengacu pada pelanggan menggunakan produk lipstick wardah dimana jumlah pertumbuhan populasinya tidak terbatas dan tidak dapat diketahui secara pasti.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila 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. Penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya, dan dengan purposive sampling sebagai

teknik penentuan sampelnya. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Purposive sampling digunakan karena seringkali terdapat banyak batasan yang menghalangi peneliti mengambil sampel secara random (acak), maka dengan menggunakan purposive sampling diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

Adapun kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah konsumen yang menggunakan produk lipstick wardah. Sugiyono (2017) memberi saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian:

1. Wanita remaja berusia 17 - 40 tahun dapat diamsumsikan pada usia tersebut responden telah mengerti serta dapat menanggapi masing-masing pertanyaan kuesioner yang diberikan peneliti.
2. Konsumen yang telah melakukan pembelian lipstick wardah minimal 5 kali

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, ini dilakukan dikarenakan jumlah sampel dari populasi yang tidak diketahui dapat menggunakan rumus Lamashow yaitu:

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

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
 z = Score z pada kepercayaan 1,96
 p = Maksimal estimasi 50% = 0,5
 d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

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

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0.01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka sampel yang didapatkan adalah $96,04 = 100$ orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil sampel sekurang kurangnya berjumlah 100 orang

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Bebas / *Independent*

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel variabel lain, Sanusi (2017). Dalam hal ini yang menjadi variabel bebas Citra merek dan Kualitas Produk

3.5.2 Variabel Terikat / *Dependent*

Variabel terikat atau variabel tergantung (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, Sanusi (2017). Dalam hal ini yang menjadi variabel terikat adalah Loyalitas Konsumen (Y) wardah di Bandar Lampung.

3.6 Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah seperangkat instruksi yang disusun secara lengkap untuk menetapkan variabel apa yang akan diukur dan bagaimana cara mengukur variabel Notoatmodjo (2014).

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Citra Merek	Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang di cerminkan perusahaan yang akan selalu akan di ingat konsumennya. Menurut Kotler&Keller (2016)	Presepsi dan keyakinan yang dipegang oleh pelanggan, seperti yang di cerminkan wardah yang akan di ingat pelanggannya.	1. Kekuatan Merek 2. Keuntungan Merek 3. Keunikan merek Kotler&Keller (Tingkir 2014)	Likert
Kualitas Produk	Kualitas Produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan konsumen. Menurut Kotler & Keller (2016)	Kemampuan Wardah untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.	1. Kinerja 2. Keandalan 3. Daya tahan 4. Estetika 5. Kualitas 6. Keistimewaan 7. Kesesuaian 8. Kemudahan perbaikan David Gravin (Tjiptono 2016)	Likert

Loyalitas Konsumen	Loyalitas Konsumen adalah Seorang konsumen dikatakan setia atau loyal apabila konsumen menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan konsumen membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Menurut Griffin (2010)	Seorang pelanggan dikatakan setia atau loyal apabila pelanggan menunjukkan perilaku pembelian secara teratur suatu kondisi dimana mewajibkan pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian secara teratur (<i>makes regular repeat purchases</i>). 2. Membeli diluar lini produk/jasa (<i>purchases across product and service lines</i>). 3. Merekomendasikan produk lain (<i>refers other</i>). 4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (<i>demonstrates an immunity to the full of the competition</i>) <p>Griffin dalam Sangadji dan Shopiah (2013)</p>	Likert
--------------------	---	---	--	--------

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

Dalam penelitian ini yang diukur adalah variabel X yaitu Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2), dan variabel (Y) Loyalitas Konsumen. Uji persyaratan instrumen penelitian menguji validitas dan reliabilitas.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Arikunto (2008), Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan sesuatu instrumen. Sesuatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Hal ini membuat peneliti menguji validitas dengan kuesioner yang langsung diberikan kepada Konsumen wardah di Bandar Lampung. Dalam uji ini sampel yang dipakai Konsumen wardah di Bandar Lampung. Uji validitas dalam penelitian ini,

menggunakan *product moment*. Dalam pengujian validitas, instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau α sebesar 0,05.

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antar variabel X dan Y

N = Jumlah sampel

X = Skor variabel X

Y = Skor variabel Y

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

Bila $r_{hitung} > r_{table}$ maka instrumen valid.

Bila $r_{hitung} < r_{table}$ maka instrumen tidak valid.

Bila probabilitas (sig) $< \alpha$ maka instrumen valid.

Bila probabilitas (sig) $> \alpha$ maka instrumen tidak valid.

1. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 17*).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2011) pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana mengukur data memberikan hasil relatif konsisten bila dilakukan pengukuran ulang pada subjek yang sama, fungsi dari uji reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana keadaan alat ukur atau kuesioner (angket) tersebut. Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan prosedur yang sama dengan uji validitas. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel

apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 17.0 (*Statistical Program and Service Solution*). Uji reliabilitas menggunakan rumus *alphacronbach* yaitu :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reabilitas instrumen

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varian skor tiap item

K = Banyaknya soal

σ_t^2 = Varians total

Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks kolerasi

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,0199	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2011)

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji keberadaan distribusi normal dalam sebuah model regresi, variable dependent, variable independent, atau keduanya (Ghozali,2015). Model regresi yang baik adalah memiliki data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Kriteria pengujian Suatu Uji Normalitas dengan Normal P-Plot:

1. Data dikatakan terdistribusi normal, jika data atau titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.
2. Sebaliknya data dikatakan tidak terdistribusi normal, jika data atau titik menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal.

3.8.2 Uji Linieritas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistik parametrik khususnya dalam analisis korelasi atau regresi linear yang termasuk dalam hipotesis asosiatif. 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 dapat dilakukan pada program SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Deviation from Linearity*) lebih dari 0,05.

Prosedur pengujian:

Ho: model regresi berbentuk linier

Ha: model regresi tidak berbentuk linier

1. Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka Ho ditolak
Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka Ho diterima
2. Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solutions* seri 17.0)

3. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) $>$ 0,05 atau sebaliknya maka variabel X linier atau tidak linier.

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolenieritas dimaksudkan untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linier antar avariabel bebas (independen) satu yaitu variabel Citra Merek (X1) Kualitas Produk (X2). Gejala multikolenieritas dapat diketahui dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance Value*. Jika nilai VIF lebih besar dari 10 maka ada gejala multikolenieritas dan pada *Tolerance Value* lebih kecil dari 0,1 maka ada gejala multikolenieritas. Pada uji multikolinieritas ini penulis menggunakan SPSS 17.

3.9 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2011) menyatakan bahwa metode analisis data adalah proses pengelompokkan berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.9.1 Uji Regresi Linear Berganda

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2), dan Loyalitas Konsumen (Y) yang mempengaruhi variabel lainnya maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e_t$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Konsumen

X1 = Citra Merek

X2 = Kualitas Produk

A = Konstanta

Et = Error Term

b1, b2 = Koefisien regresi

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji t

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung, proses uji t identik dengan uji F (dilihat perhitungan SPSS pada Coefficient Regression Full Model / Enter).

1. Pengaruh Citra Merek (X₁) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)

Ho : Citra Merek (X1) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y).

H1 : Citra Merek (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y)

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak.
Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima.
- b. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak.
Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima.

2. Pengaruh Kualitas Produk (X₂) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)

Ho : Kualitas Produk (X₂) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian(Y).

Ha : Kualitas Produk (X₂) berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen(Y).

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak.

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima.

b. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak.

Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima.

3.10.2 Uji F

Uji simultan (uji F) ini digunakan untuk melihat apakah variabel dependent yaitu Citra Merek (X₁) dan Kualitas Produk (X₂) secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel independent yaitu Loyalitas Konsumen (Y).

Uji F : Citra Merek (X₁) dan Kualitas Produk (X₂) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) wardan di Bandar Lampung

Ha : Citra Merek (X₁) dan Kualitas Produk (X₂) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen(Y) wardan di Bandar Lampung

Ho : Citra Merek (X₁) dan Kualitas Produk (X₂) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) wardan di Bandar Lampung