

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Untuk mengetahui loyalitas konsumen yang menyangkut permasalahan yang diangkat, dalam penelitian ini lokasi penelitian dilakukan di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang berlokasi di jalan Gajayana no 50 Malang.

3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah dikemukakan, penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yakni pendekatan deskriptif karena memiliki tujuan yaitu untuk menguji suatu hipotesis atau menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan current status dari subjek yang akan diteliti, atau juga dapat dikatakan penelitian ini meneliti terhadap masalah-maalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari subyek yang diteliti. (Indriantoro.1999: 27).

Adapun penjelasan penelitian deskriptif menurut Rafers dalam Umar (2003: 22) bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Sementara itu metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei. Karena penelitian ini mengambil sampel

dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai pengumpul data pokok.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2003: 10) Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam suatu survei tidak selalu perlu untuk meneliti semua individu dalam suatu populasi karena memerlukan waktu, tenaga dan biaya yang besar.

Dengan asumsi keterbatasan waktu dan tenaga peneliti, maka populasi dalam penelitian ini difokuskan pada seluruh Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang terdaftar pada tahun akademik 2011, dengan jumlah 2007 Mahasiswa (BAK). Sementara penetapan jumlah sampel didasarkan pada pendapat Nazir (1998: 221) yang membolehkan penetapan jumlah sampel berdasarkan pertimbangan pribadi, termasuk pertimbangan biaya dan waktu, dengan catatan sampel tersebut cukup mewakili populasi. Sebagai populasi seluruh mahasiswa adalah pengguna dan penerima sekaligus merasakan produk sabun Lux cair.

3.3.2 Sampel

Menurut Arikunto (2002: 109) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Penelitian ini adalah penelitian sampel yang bertujuan untuk menggeneralisasikan hasil penelitian dari sampel yang diambil. Sampel adalah suatu bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian. Suharyadi dan Purwanto (2008: 12).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan berdasarkan pada rumusan Slovin dalam Suharyadi dan Purwanto (2008: 16), sebagai patokan untuk menentukan ukuran sampel minimal yang harus diambil yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = standar error (10%)

Maka sampelnya adalah : $n = \frac{1931}{1 + 1931 (0,1)^2} = 95,07$ (95) mahasiswa

Berdasarkan rumusan Slovin tersebut, peneliti melakukan pembulatan, sehingga ditetapkan sampel sebanyak 95 orang responden. Sampel diambil adalah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana

Malik Ibrahim Malang angkat 2011, yang pernah melakukan pembelian minimal dua kali terhadap sabun Lux cair.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Sedangkan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan sampel random (*random sampling*) yaitu cara pengambilan sampel dari anggota populasi secara acak tanpa memperhatikan strata (tingkatan) dalam anggota populasi tersebut, Ridwan (2004: 58). Dalam peneliti ini, penelitian memberikan kuesioner kepada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

3.5 Data dan Jenis Data

Dalam sebuah penelitian, data berguna sebagai dasar objektif dalam mengambil suatu keputusan atau kebijakan yang diambil oleh pembuat kebijakan. Menurut Iqbal Hasan (2002: 82) data merupakan keterangan-keterangan tentang suatu hal, dapat berupa sesuatu yang diketahui atau yang dianggap suatu fakta yang digambarkan lewat angka, simbol, kode dan lain-lain.

Sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dari dua sumber yakni data primer dan data sekunder yang dilakukan pengambilan dengan metode teknik wawancara

dan angket atau kuesioner. Hal ini dikarena dalam pengumpulannya, dimaksudkan agar data yang diperoleh bisa relevan dan *up to date*.

Relevan disini maksudnya yaitu data memiliki hubungan langsung dengan penelitian. Sedangkan mutakhir yaitu data yang diperoleh masih *up to date* atau masih hangat dibicarakan. Penjabaran pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Pengambilan data primer pada penelitian ini memiliki maksud untuk menggali informasi langsung dari responden.

Data primer dalam penelitian ini meliputi karakteristik responden (usia, pekerjaan, pendapatan, frekuensi kegiatan transaksi), dan penilaian pelanggan yang didasarkan pada persepsi. Penarikan data ini dilakukan dengan metode angket atau kuesioner. Kuesioner dilakukan dengan mengumpulkan data tertulis berdasarkan jawaban dari responden atas pertanyaan-pertanyaan.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain, arsip atau dokumentasi. Sugiyono (2003:129), menjelaskan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh tidak dari sumbernya langsung melainkan sudah diolah dan biasanya dalam bentuk publikasi, jurnal, karangan ilmiah, dan hasil studi terdahulu yang berkaitan dengan penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dengan jalan mencatat sebagian kecil dari populasi atau dengan perkataan lain mencatat sampel yang digunakan saja. Supranto (2006: 53).

Metode pengumpulan data yang digunakan ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara (*Interview*)

Pengumpulan data ini dilakukan dengan tanya jawab langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan untuk mendapatkan data dan keterangan yang berlandaskan kepada tujuan penelitian.

b. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan pada responden yang akan diteliti untuk diisi. Dalam penelitian ini kuisisioner diserahkan langsung pada responden dilokasi penelitian. Adapun untuk kuisisioner yang disebarkan adalah dengan menggunakan skala likert (*Likert Scale*).

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan tentang bagaimana operasi atau kegiatan yang harus dilakukan untuk memperoleh data atau indikator yang menunjukkan indikator yang dimaksud. dengan kata lain, definisi operasional adalah bagaimana menemukan dan mengukur variabel-

variabel tersebut di dunia nyata atau dilapangan, dengan merumuskan secara pendek dan jelas, serta tidak menimbulkan berbagai tafsiran (Amirullah, 2002:23).

Berikut ini dipaparkan mengenai definisi operasional terhadap variabelvariabel yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut :

a. Persepsi

Persepsi dapat di definisikan sebagai suatu proses dengan mana individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan elemen-elemen kesan-kesan indera mereka agar memberi makna bagi lingkungan mereka (Robbin, 1996: 124)

Variabel persepsi di bagi menjadi tiga variabel yang mempunyai indikator sebagai berikut :

1. Perilaku persepsi

Perilaku persepsi adalah seorang pemasar (produsen) yang melakukan stimulus kepada konsumen agar mau memutuskan mengkonsumsi atau menggunakan sabun Lux cair.

2. Target

Sesuatu yang ingin di capai oleh pihak produsen untuk meningkatkan keputusan pembelian sabun Lux cair, yang dilakukan oleh konsumen dalam rangka setelah menggunakan Lux cair diharapkan merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang.

3. Situasi

Situasi adalah penting konteks dalam mana kita melihat objek-objek atau peristiwa-peristiwa. Unsur-unsur dalam lingkungan sekitar mempengaruhi persepsi-persepsi kita.

b. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah Kualitas produk merupakan suatu atribut pada wujud produk. Kualitas sangat mempengaruhi tinggi rendahnya penjualan yang akhirnya menjadi penentu perolehan tingkat laba perusahaan

1. Keistimewaan atau ciri produk (*features*)

Keistimewaan atau ciri produk merupakan elemen sekunder dari produk sebagai tambahan untuk menjadi pembeda yang penting ketikan dua produk yang nampak sama. Keunggulan atau kelebihan maupun karakteristik khusus yang melekat pada produk sabun Lux cair.

2. Keandalan (*Reliability*)

yaitu kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsi setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.

c. Variabel terikat

Yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Adapun untuk memecah variabel menjadi kategori-kategori data yang harus

diikumpulan oleh peneeliti. Kategori-kategori ini dapat diartikan sebagai indikator variabel. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah loyalitas konsumen sabun Lux cair.

Adapun definisi operasional variabel, konsep penelitian adalah sebagai berikut :



Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item
Persepsi	Persepsi Pelaku (X_1)	a. Sikap b. Pengalaman c. Pengharapan
	Target (X_2)	a. Hal baru b. Ketertarikan dengan produk c. Respon konsumen terhadap produk
	Situasi (X_3)	a. Waktu b. Keadaan atau tempat kerja c. Keadaan social
Kualitas Produk	Keistimewaan atau Ciri produk (<i>features</i>). (X_4)	a. Kualitas produk b. Ciri khas c. Manfaat yang terkandung
	Kehandalan (<i>reliability</i>). (X_5)	a. Sebuah produk tampil memuaskan sepanjang waktu b. Terjamin sesuai yang diinginkan c. Kesesuaian produk dengan spesifikasi
Loyalitas Konsumen (Y)	Tingkat kesetian	a. Mengatakan hal yang positif b. Merekomendasikan kepada orang lain

3.7.1 Skala Pengukuran

Skala pengukuran menurut Sugiyono dalam Hasan (2002: 70) adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada di dalam alat ukur. Dengan menggunakan alat ukur tersebut dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Dalam penelitian ini, untuk mengukur kepuasan pelanggan digunakan skala Likert. Pemberian bobot skor diukur dengan skala Likert dengan rentang satu sampai lima (Hasan, 2002:72) yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Apabila jawaban “Sangat Setuju” diberi skor 5
2. Apabila jawaban “Setuju” diberi skor 4
3. Apabila jawaban “Netral” diberi skor 3
4. Apabila jawaban “Tidak Setuju” diberi skor 2
5. Apabila jawaban “Sangat Tidak Setuju” diberi skor 1

3.8 Model Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji terhadap hipotesis dengan menggunakan analisis kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel pada sampel penelitian melalui analisis statistika deskriptif (Gulo, 2007:140), dengan skala liker yaitu skala pengukuran untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial

(Riduwan, 2005:12) menggunakan alat analisis dengan uji statistik regresi linier berganda tahapan-tahapan sebagai berikut:

3.8.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Hidayat dan Amirullah (2002: 48), “Validitas adalah suatu pengukuran mengacu pada proses dimana pengukuran benar-benar bebas dari kesalahan sistematis dan kesalahan random”. Menurut Kaiser dan Rice dalam Sharma (1996: 116) batas ukuran validitas dinyatakan dalam nilai KMO. Kriteria dalam pengujian *Kaiser Mayer-Olkin Measure Of Sampling Adequacy* (Kaiser’s MSA) pengukurannya diisyaratkan $\geq 0,50$ sehingga data-data indikator yang ada di kuesioner tersebut dapat dikatakan tepat untuk faktor analisa.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Singarimbun dan Effendi (2005:140), “Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan atau sejauh mana suatu hasil pengukuran diulangi dua kali atau lebih”. Kriteria dalam pengukuran ini adalah jika cronbach alpha $\geq 0,6$ maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel.

3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan satu variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas atau bebas), dengan tujuan untuk mengistemasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. (Priadana, 2009:184)

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara persepsi (X_1), kualitas produk (X_2) terhadap loyalitas konsumen (Y). Model regresi ini dapat dirumuskan sebagai berikut (Hasan, 2006: 96):

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 \dots + e$$

Keterangan:

Y	= Loyalitas konsumen	X_3	= Situasi
a	= Konstanta	X_4	= Keistimewaan
b	= Koefesien regresi	X_5	= Kehandalan
X_1	= Pelaku persepsi	e	= Stadart error estimates
X_2	= Target		

1.8.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

Menurut Singarimbun dan Effendi (2005:142), Uji normalitas digunakan untuk menguji normal data yang berasal dari distribusi normal, salah satu bentuk pengujiannya adalah *Kolmogorov-Smirnov Test*. Jika Probabilitas $> 0,05$ maka data terdistribusikan dengan normal.

Jika Probabilitas < 0,05 maka data tidak terdistribusikan dengan normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji asumsi ini berarti antara variabel independen yang satu dengan independen yang lain dalam model regresi tidak saling berhubungan dengan sempurna atau mendekati sempurna. Pedoman satu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah:

- 1) Mempunyai nilai VIF disekitar angka 1 dan tidak melebihi 10.
- 2) Mempunyai angka tolerance mendekati 1 atau diatas 0,05.

3. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui adanya asumsi heteroskedastisitas, maka digunakan metode *Goldfeld Quandt Tes*, caranya adalah dengan mencari rasio dari *Mean Square*.

Residual kelompok kedua terhadap *Mean Square Residual* kelompok pertama yang kemudian dibandingkan dengan F tabel. Apabila F table lebih besar dari F hitung maka asumsi heteroskedastisitas tidak terjadi.

Pengujian heteroskedastisitas dapat ditentukan F hitung dengan formula sebagai berikut:

$$F_{\text{hitung}} = \frac{\text{MeanSquare ResidualKelompokII}}{\text{MeanSquare ResidualKelompokI}}$$

4. Uji Autokorelasi

Uji asumsi ini bersetujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi maka dinamakan ada problem autokorelasi.

Pengujian dinyatakan hepotesa nol (H_0) yang tidak ada autokorelasi baik positif maupun negatif, sedangkan hepotesa alternatif (H_i) yang dinyatakan ada autokorelasi positif atau negatif.

Untuk mendeteksi adanya autokorelasi adalah dari besaran Durbin Watson. Secara umum nilai Durbin Watson yang bisa diambil patokan menurut Santoso dan Tjiptono (2002:219) adalah:

1. Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
2. Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
3. Angka D-W di atas +2 berarti autokorelasi negatif

1.8.4 Uji Hipotesis

1. Analisis uji F

Untuk menguji keberartian pengaruh dari seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Nilai F_{hitung} menurut Gujarati (1995:121) dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / (k-1)}{(1-R^2) / (n-k)}$$

Adapun kaidah keputusan yang diambil yaitu:

Jika signifikansi $F > 0,05$ maka H_1 ditolak, artinya variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Jika signifikansi $F < 0,05$ maka H_1 diterima, artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Analisis Uji t

Uji t merupakan pengujian regresi secara parsial atau sendiri-sendiri variabel bebas terhadap variabel-variabel terikat. Uji t dimaksudkan untuk menguji tingkat keartian masing-masing koefisien regresi yakni uji signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_2 ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh nyata antara variabel bebas yang diuji terhadap variabel terikat dan sebaliknya. Analisis uji t digunakan untuk mengetahui signifikan atau tidak signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu. digunakan uji t dengan rumus: Sugiyono (2004:184).

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

r = Korelasi produk moment

n = Jumlah responden

t = Uji hipotesis

Pengujian dilaksanakan dengan membandingkan nilai t dari hasil perhitungan dengan t pada tabel dengan *degree of freedom* (derajat kebebasan) $n-k$ dan taraf signifikansi 5%. Adapun kriteria pengujian yaitu:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak, H_a diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.

3. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol, berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, Selain itu, koefisien determinasi (R^2) dipergunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).