

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Kegiatan pengumpulan data dalam penelitian ini berlokasi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang terletak di Jl. Gajayana No. 50 Malang, khususnya mahasiswa yang memakai sabun mandi merek Lifebuoy angkatan tahun 2011. Alasan pemilihan mahasiswa sebagai objek penelitian ini karena mahasiswa merupakan suatu komunitas yang selalu beraktifitas dan berinteraksi satu dengan yang lain sehingga perlu memperhatikan kebersihan dan memerlukan perlindungan untuk kesehatan kulit mereka selama seharian beraktifitas.

3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah, maka jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Suharsimi (2002:10) adalah penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang dengan menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dari hasilnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan survei, menurut Arikunto (2006:108) pendekatan survei yaitu mengumpulkan data sebanyak-banyaknya mengenai faktor-faktor yang merupakan pendukung kemudian menganalisis faktor-faktor tersebut. Sedangkan menurut Masyhuri (2009:30) mengatakan

bahwa metode survei adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan serta faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik, dari suatu kelompok atau daerah.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Singarimbun dan Effendi (1987:152) mengatakan bahwa populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Cooper, Emory, (1999:221), populasi adalah kumpulan individu atau obyek penelitian yang memiliki kualitas serta ciri-ciri yang ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau obyek pegamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan tahun 2011 yang memakai sabun mandi Lifebouy dengan cara bertanya langsung kepada para responden sebelum mengisi kuesioner apakah memakai sabun mandi Lifebuoy atau tidak.

3.3.2 Sampel

Jumlah sampel pada penelitian ini ditetapkan berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Malhotra (2005:368), bahwa jumlah sampel/responden dengan populasi yang tidak terbatas paling sedikit empat atau lima kali jumlah indikator yang diteliti. Dalam penelitian ini ada 23 indikator yang mewakili variabel, jadi jumlah sampel yang dianggap mewakili dan mencerminkan ciri

populasi dari 115 orang (23 x 5). Dan dari penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti, data yang dikumpulkan dari responden yang dianggap layak untuk dianalisis sebanyak 100 responden.

Sampel dalam penelitian ini adalah 100 dari 1931 responden mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan tahun 2011 (lampiran 16) yang menggunakan sabun mandi Lifebuoy.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Masyhuri (2009:131), mengatakan bahwa *Purposive Sampling* dikenal dengan sampel pertimbangan yaitu teknik sampel yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam mengambil sampel atau penentu sampel untuk tujuan tertentu. Dalam penelitian ini, sampel yang diambil melalui kuesioner yang disebar dengan cara peneliti mendatangi responden di kampus atau mendatangi ke tempat tinggalnya (rumah/kos/kontrakan).

3.5 Data dan Jenis Data

Arikunto (2006:129) sumber data adalah subyek dari mana data diperoleh. Sedangkan menurut Indriantoro (1999:149) sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Sumber data penelitian ini terdiri atas :

3.5.1 Data Primer

Merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti yaitu jawaban dari responden yang diberikan melalui kuesioner. Seperti yang diungkapkan oleh Schiffman dan Kanuk (2004:21) data primer merupakan data sesungguhnya yang diperoleh dengan melakukan riset yang dilakukan para peneliti perorangan atau organisasi untuk memenuhi tujuan khusus. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari pembagian kuesioner secara langsung konsumen yang menggunakan produk sabun mandi merek Lifebuoy.

3.5.2 Data Sekunder

Merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dari pihak lain). Seperti yang dikatakan oleh Schiffman dan Kanuk (2004:21) bahwa informasi sekunder adalah setiap data yang pada awalnya dihasilkan untuk tujuan tertentu yang berbeda dengan tujuan riset yang sekarang. Informasi ini meliputi hasil riset yang didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh berbagai organisasi luar, data yang dihasilkan di dalam perusahaan untuk studi sebelumnya, dan bahkan informasi pelanggan yang dikumpulkan oleh suatu bagian dalam perusahaan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

3.6.1 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2005:135) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan angket langsung, yaitu peneliti menyampaikan angket tersebut kepada responden dan diisi oleh responden.

3.6.2 Wawancara

Menurut Arikunto (1998:231), wawancara adalah metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab atau wawancara secara langsung kepada responden. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada responden yang menggunakan sabun mandi Lifebuoy dan wawancara berkaitan dengan alasan responden menggunakan Lifebuoy yang bertujuan untuk mendukung data penelitian.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Singarimbun dan Effendi (1987:20) menyatakan bahwa variabel merupakan sesuatu yang mempunyai variasi nilai, karena itu variabel sangat tergantung dari konsep yang dibawakan. Indriantoro (2002:348) menyatakan bahwa definisi operasional variabel merupakan penjelasan mengenai cara-cara tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur atau mengoperasionalkan *construct* menjadi variabel penelitian yang dapat dituju.

Dalam penelitian ini membahas beberapa variabel yang mempengaruhi loyalitas merek, yaitu:

- a. Nilai (harga dan kualitas) dan penggunaan suatu merek dalam waktu yang lama akan mengarahkan kepada loyalitas, karena itu pihak perusahaan harus bertanggung jawab untuk menjaga merek tersebut.
- b. Citra (baik dari kepribadian yang dimilikinya dan reputasi dari merek tersebut), citra dari perusahaan dan merek diawali dengan kesadaran.
- c. Kenyamanan dan kemudahan untuk mendapatkan merek. Dalam situasi yang penuh tekanan dan permintaan pasar yang menuntut akan adanya kemudahan, pihak perusahaan dituntut untuk menyediakan produk yang nyaman dan mudah untuk didapatkan.
- d. Kepuasan yang diserahkan oleh konsumen. Konsumen yang puas terhadap suatu produk atau merek yang dikonsumsi akan memiliki keinginan untuk membeli ulang produk atau merek tersebut, keinginan yang kuat tersebut dibuktikan dengan selalu membeli produk atau merek yang sama, yang akan menunjukkan loyalitas konsumen terhadap suatu merek.
- e. Pelayanan, dengan kualitas pelayanan yang baik yang ditawarkan oleh suatu merek dapat mempengaruhi loyalitas konsumen pada merek .Marconi (2005:281).
- f. Komitmen. Ciri yang tampak pada kategori ini adalah tindakan pembeli untuk merekomendasikan atau mempromosikan merek yang ia gunakan kepada orang lain. Durianto, dkk. (2001:126).

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

| Konsep | Variabel | Indikator |
|-----------------|--------------------------|---|
| Loyalitas Merek | Nilai | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk yang baik 2. Manfaat produk sesuai harapan 3. Menyukai merek 4. Menumbuhkan rasa percaya diri |
| | Citra | <ol style="list-style-type: none"> 1. Keyakinan 2. Kesan baik terhadap produk 3. Mudah diingat 4. Produk yang sudah terkenal |
| | Kenyamanan dan kemudahan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah didapatkan 2. Harga ekonomis 3. Halal 4. Tidak mengandung bahan berbahaya |
| | Kepuasan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan produk menjadikan kulit sehat 2. Kemampuan produk menjaga kesegaran 3. Kemampuan produk melindungi kulit dari kuman 4. Kemampuan produk memberikan perlindungan tahan lama terhadap kuman 5. Sponsor sesuai dengan kenyataan 6. Harga sesuai dengan hasil yang didapatkan |
| | Pelayanan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemasan menarik 2. Ketersediaan dalam berbagai jenis 3. Ukuran yang bervariasi |
| | Komitmen | <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian berulang-ulang 2. Merekomendasikan produk kepada orang lain |

Sumber: (Data diolah)

3.8 Skala Pengukuran

Skala pengukuran data adalah upaya untuk menghubungkan konsep dengan realitas. Instrument untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan kisi-kisi teoritis dalam bentuk skala *likert*. Menurut Malhotra (2009:298) skala *likert* adalah skala yang digunakan secara luas yang meminta responden menandai derajat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap masing-masing dari serangkaian pertanyaan mengenai obyek stimulus. Umumnya, masing-masing item mempunyai lima kategori, yang berkisar antara “sangat tidak setuju” sampai dengan “sangat setuju”.

Tabel 3.2
Skor Skala Likert

| No | Kategori | Skor |
|----|---------------------|------|
| 1 | Sangat setuju | 5 |
| 2 | Setuju | 4 |
| 3 | Kurang setuju | 3 |
| 4 | Tidak setuju | 2 |
| 5 | Sangat tidak setuju | 1 |

Sumber: Malhotra (2009:298)

3.9 Model Analisis Data

3.9.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Arikunto (2006:168) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

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

Dimana:

r = koefisien korelasi

X = skor pertanyaan

Y = jumlah skor total

N = jumlah amatan (sampel)

Jika didapat r hitung lebih besar dari r tabel maka instrument tersebut dinyatakan valid, dan sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka instrument tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Arikunto (2006:178) reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Untuk menguji tingkat reliabilitas dalam penelitian ini digunakan rumus sebagai berikut:

$$R_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\delta_1^2} \right]$$

Dimana:

R_{11} = reliabilitas instrument

Fk = banyaknya pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians masing-masing item

σt^2 = varians total

Uji reliabilitas ini dihitung dengan cara mengkorelasikan skor item yang lain kemudian hasilnya dibandingkan dengan nilai kritis pada tingkat signifikan ($\sigma=0,05$). Jika koefisien korelasi lebih besar dari nilai kritis, maka alat ukur tersebut dikatakan reliabel.

3.9.2 Uji Data Analisis Faktor

Suryabrata (1995:274), analisis faktor adalah metode untuk menganalisis sejumlah observasi dipandang dari segi interkorelasinya, untuk menetapkan apakah variasi-variasi yang nampak dalam observasi itu mungkin berdasar atas sejumlah kategori dasar yang jumlahnya lebih sedikit daripada yang nampak dalam observasi itu.

Analisis faktor merupakan sebuah pendekatan statistik yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan diantara variabel-variabel dan untuk menjelaskan variabel-variabel ini dalam pendekatan statistik yang mencakup penemuan sebuah atau beberapa konsep yang diyakini sebagai sumber yang melandasi seperangkat variabel nyata. Maka jika terdapat seperangkat variabel yang telah dikorelasikan dengan analisis faktor dapat dikurangi dan diatur sehingga menjadi penyederhanaan variabel. Hal ini dilakukan dengan meminimalkan informasi yang hilang akibat analisis ini, atau untuk mendapatkan informasi yang sebanyak mungkin.

Proses analisis faktor menurut Susanto, Singgih (2005:11) adalah untuk menemukan hubungan (*interrelationship*) antar sejumlah variabel-variabel yang saling independen satu dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal.

Prinsip kerja analisis faktor adalah dari n variabel yang diamati, dimana beberapa variabel mempunyai korelasi maka dapat dikatakan variabel tersebut memiliki p faktor umum (*common factor*) yang mendasari korelasi antar variabel dan juga m faktor unik (*unique factor*) yang membedakan tiap variabel. Tujuan umum dari analisis faktor adalah untuk meringkas kandungan informasi variabel dalam jumlah yang besar menjadi sejumlah faktor yang lebih kecil model matematis dasar analisis faktor yang digunakan seperti dikutip dari Malhotra 1993 dalam skripsi Hasanudin (2011), yaitu:

$$F_{if} = b_{f1} X_{i1} + b_{f2} X_{i2} + \dots + b_{fv} X_{iv}$$

Dimana :

F_{if} = faktor scores individu I dalam faktor f

B_{iv} = koefisien faktor dalam variabel v

X_{iv} = nilai individu i dalam variabel v

Faktor-faktor khusus tersebut tidak saling berhubungan satu sama lain, juga tidak ada korelasinya dengan faktor umum. Faktor-faktor umum sendiri dapat dinyatakan sebagai kombinasi linear dari variabel yang dapat diamati dengan rumus :

$$X_{iv} = a_{v1} f_{i1} + a_{v2} f_{i2} + a_{v3} f_{i3} + \dots + e_{iv}$$

Dimana :

- i = indeks untuk individu i
- v = indeks untuk variabel v
- X_{iv} = nilai individu i dalam variabel f
- F_{if} = faktor scores individu I dalam faktor f
- a_{vf} = faktor loading variabel v dalam faktor f
- e_{iv} = sebuah variabel pengganggu yang memasukkan seluruh variasi di X yang tidak dapat dijelaskan oleh faktor-faktor.

Tahap-tahap yang dilakukan dalam analisa faktor adalah seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini.

1. Uji Interdependensi Variabel-Variabel

Uji interdependensi variabel adalah pengujian apakah antar variabel yang satu dengan yang lain mempunyai keterkaitan atau tidak. Dimana terdapat kemungkinan lebih dari dua variabel berkorelasi. Variabel yang digunakan untuk analisis selanjutnya hanya variabel yang mempunyai korelasi dengan variabel lain dan variabel yang hampir tidak mempunyai korelasi dengan variabel lain, maka variabel tersebut akan dikeluarkan dari analisis. Pengujian dilakukan melalui pengamatan terhadap ukuran kecukupan sampling (MSA), nilai KMO dan hasil uji Bartlett.

a. Uji Kecukupan Sampling/*Measures of Sampling Adequacy* (MSA)

Measures of sampling adequacy (MSA), merupakan indeks yang dimiliki setiap variabel yang menjelaskan apakah sampel yang diambil dalam penelitian cukup untuk membuat variabel-variabel yang ada saling terkait secara parsial. Nilai MSA berkisar antara 0 sampai 1, dengan syarat-syarat sebagai berikut:

- a) $MSA = 1$, variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain.
- b) $MSA > 0,5$, variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
- c) $MSA < 0,5$, variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisa lebih lanjut, atau bisa juga dikeluarkan dari variabel lain.

Hanya variabel yang memiliki ukuran kecukupan sampling (MSA) diatas ($>0,5$) yang akan diterima dan dimasukkan ke dalam analisis.

b. Nilai *Keiser-Meyer-Olkin* (KMO)

Nilai KMO ini merupakan test statistik yang merupakan indikator tepat tidaknya penggunaan metode analisis faktor dalam suatu penelitian. Nilai KMO merupakan sebuah indeks perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan korelasi parsialnya. Nilai KMO dianggap mencukupi bila $>0,5$, dimana nilai ini akan memberikan bahwa analisis yang paling layak digunakan adalah analisis faktor. Jika nilai KMO sama dengan 1 maka ini menunjukkan bahwa analisis faktor merupakan analisis yang sangat sesuai, tetapi jika KMO kurang dari 0,5 akan menunjukkan bahwa analisa faktor bukan suatu alat analisis yang tepat untuk penelitian tersebut.

c. Uji Bartlett

Uji Bartlett mempunyai keakuratan (signifikansi) yang tinggi, dimana uji Bartlett memberikan implikasi bahwa matrik korelasi cocok untuk menganalisa faktor. Hasil uji Bartlett's merupakan uji atas hipotesis:

$H_0 =$ matrik korelasi = matrik identitas

$H_1 =$ matrik korelasi \neq matrik identitas

Penolakan H_0 dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- Nilai bartlett's test > table chi-square
- Nilai signifikansi < taraf signifikansi 5%

2. Ekstraksi Faktor

Ekstraksi faktor menggunakan *Principal Component Analysis* (PC). Dalam metode ini diharapkan dapat diperoleh hasil yang dapat memaksimumkan presentase varian yang mampu dijelaskan dengan model.

Hasil ekstraksi adalah faktor-faktor dengan jumlah yang sama dengan jumlah variabel-variabel yang diekstraksi. Pada tahap ini akan diketahui sejumlah faktor yang dapat diterima atau layak mewakili seperangkat variabel dengan alternatif penggunaan faktor *eigen value* >1, dengan presentase varian 5% dan persentase kumulatif 60%.

Dalam penelitian ini, meskipun pada mulanya variabel-variabel yang dianalisis telah dikelompokkan secara teoritis kedalam sejumlah tertentu faktor, namun untuk penentuan jumlah faktor yang dianalisis dan diinterpretasi selanjutnya akan didasarkan pada hasil analisis tahap ini.

3. Rotasi Faktor

Dimana sebelum melakukan rotasi kita harus memahami faktor mana saja yang dirotasi sehingga dalam rotasi diperlukan dua langkah, antara lain:

a. Faktor sebelum Rotasi

Pada tahap ini didapatkan matrik faktor, merupakan model awal yang diperoleh sebelum dilakukan rotasi. Koefisien yang ada pada model setiap faktor diperoleh setelah dilakukan proses pembakuan terlebih dahulu, koefisien yang

diperoleh saling dibandingkan. Dimana koefisien (faktor loading) yang signifikan adalah yang memiliki nilai terbesar pada setiap model faktor, hal tersebut dapat dikatakan bisa mewakili faktor yang terbentuk. (Rahayu, 2005).

b. Faktor Setelah Rotasi

Rotasi faktor dilakukan karena model awal yang diperoleh dari matriks faktor sebelum dilakukan rotasi belum menerangkan struktur data yang sederhana sehingga sulit untuk diinterpretasikan.

Rotasi faktor digunakan dengan metode varimax, metode ini terbukti cukup berhasil untuk membentuk model faktor yang dapat diinterpretasikan. Hal ini karena metode varimax bekerja dengan menyederhanakan kolom-kolom matrik faktor. Dimana koefisien (faktor loading) yang signifikan adalah yang memiliki nilai koefisien terbesar pada setiap model faktor, hal tersebut dapat dikatakan bisa mewakili faktor yang terbentuk. (Rahayu, 2005).

4. Interpretasi Faktor

Interpretasi faktor merupakan kelanjutan dari rotasi faktor. Dimana interpretasi merupakan pendefinisian variabel yang mempunyai bobot yang besar pada faktor yang sama. Faktor tersebut kemudian diinterpretasikan dengan kata-kata, dimana tahapan interpretasi faktor dapat dilakukan sebagai berikut:

a. Perhitungan skor

Interpretasi dimulai dari total varian dari faktor yang terbentuk pada urutan pertama, dan jika dilihat dari scree plot maka interpretasi akan bergerak dari faktor paling kiri ke faktor yang paling kanan pada setiap baris untuk mencari nilai yang paling besar dalam baris tertentu.

b. Memilih variabel pengganti

Dengan memeriksa matrik faktor (component rotasi), dimana dipilih variabel yang mempunyai bilangan yang paling besar yang menunjukkan dalam faktor mana setiap variabel tersebut berada, dengan demikian dapat diketahui variabel mana saja yang masuk ke dalam faktor.

