

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang bersifat eksploratif yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan. Dengan mencari apakah ada data-data yang mendukung teori tersebut. (Simanjuntak & Sosrodiharjo, 2014, hlm. 12)

Sedangkan pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat *survey*. Metode *survey* digunakan sebagai sumber data primer. Metode *survey* ini fokus pada pengumpulan data dari responden yang mempunyai informasi tertentu dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang akan diajukan pada responden dalam bentuk sample dari sebuah populasi untuk menyelesaikan masalah penelitian. (Sola, 2018, hlm. 28)

B. Subjek dan Objek Penelitian.

1. Subjek Penelitian.

Subjek penelitian ini adalah pria maupun wanita yang berusia 15- 45 tahun, yang bertempat tinggal di Kotabaru dan merupakan

pelanggan Raytwo Distro Kotabaru atau pernah berbelanja di Raytwo Distro Kotabaru.

2. Objek Penelitian.

Objek dalam penelitian ini adalah variabel yang bisa diukur dan yang akan diteliti oleh penulis yaitu Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen.

C. Waktu dan Lokasi Penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2020 sampai dengan Juni 2020 di Raytwo Distro Kotabaru letaknya di Jalan. Putri Jaleha, Baharu Selatan, Pulau Laut Utara, Kotabaru.

D. Variabel Penelitian.

Dalam melakukan sebuah penelitian, variabel merupakan suatu hal yang sangat penting. Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau suatu kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari variasi yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

1. Variabel Bebas / Independen.

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau

yang menjadi penyebab bagi variabel lain. Baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif. Di dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah :

a. Harga (X^1).

Harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Enam dimensi pengukuran harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat produk, bonus, dan harga dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian. Adanya sesuatu yang menarik bagi konsumen akan mendorong pengusaha untuk menetapkan harga di atas harga rata-rata. Dan sebaliknya untuk barang yang tidak mempunyai atribut tentu harganya dibawah harga rata-rata. Untuk mengetahui ada tidaknya atribut yang menarik bagi konsumen memerlukan riset pasar. Penetapan harga yang bergengsi tampaknya merupakan strategi yang efektif untuk pasar target mereka. Kepekaan respons dari kuantitas komoditas yang diminta terhadap perubahan harganya merupakan faktor yang sangat penting bagi perusahaan. Kadang, penurunan harga akan menyebabkan peningkatan penjualan yang cukup berarti sehingga penerimaan total meningkat. Tetapi, pada waktu lain,

penurunan harga komoditas dapat menurunkan penerimaan total perusahaan. Melalui dampaknya terhadap penjualan, kebijakan penentuan harga dari suatu perusahaan juga akan mempengaruhi biaya produksinya, dan kemudian profitabilitasnya. (Salvatore, 1996, hlm. 105)

b. Kualitas Produk (X^2).

Menurut Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, Kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat. Jelas ini adalah definisi kualitas yang berpusat pada pelanggan. Pelanggan memiliki kebutuhan dan pengharapan tertentu. Kita bisa menyatakan bahwa penjual tertentu berkualitas bila produk dan pelayanannya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Perusahaan yang dapat memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggan hampir sepanjang waktu adalah perusahaan berkualitas. (Abdullah & Tantri, 2013, hlm. 44)

Produk merupakan semua yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi dengan tujuan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pemakainya. Sedangkan menurut Tjiptono, produk merupakan sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuh

kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk yang ditawarkan berupa barang fisik, jasa, orang atau pribadi, tempat dan organisasi. Produk bisa berupa manfaat *tangible* maupun *intangible* yang dapat memuaskan pelanggan.

Kualitas produk merupakan totalitas fitur dari karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan yang dinyatakan atau tersirat. Dimensi pengukuran kualitas produk yaitu *performance*, *features*, *reliability*, *conformance to specifications*, *durability*, dan *asthetic*. (Sola, 2018, hlm. 29-30)

2. Variabel Dependen / Terikat (Y).

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti. Variabel dependen adalah variabel yang nilainya tergantung pada variabel lain. Nilai variabel dependen akan berubah apabila variabel yang mempengaruhinya berubah. Didalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Loyalitas Pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah suatu kegiatan pembelian berulang yang dilakukan oleh seorang pelanggan karena komitmen terhadap suatu merek atau perusahaan. Empat yang menjadi indikator pengukuran Loyalitas pelanggan yaitu mengatakan hal yang positif tentang perusahaan kepada orang lain, merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, mempertimbangkan bahwa perusahaan merupakan pilihan

utama ketika melakukan pembelian produk atau jasa, dan melakukan lebih banyak bisnis atau pembelian dengan perusahaan dalam beberapa tahun mendatang. (Sola, 2017, Hlm. 30-31)

E. Skala Pengukuran.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3.1

Skala Likert

KODE	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

(Sumber : Data diolah oleh penulis, 2020)

F. Populasi dan Sampel.

1. Populasi.

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu

berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti. (Wahyuni, 2018, hlm. 36-37) Populasi pada penelitian ini adalah pria maupun wanita yang berusia 15- 45 tahun, yang bertempat tinggal di Kotabaru dan merupakan pelanggan Raytwo Distro Kotabaru atau pernah berbelanja di Raytwo Distro Kotabaru, pertimbangan dengan kondisi umur tersebut dengan alasan pada usia tersebut merupakan usia produktif bagi responden untuk membeli kebutuhannya sehingga cenderung memperhatikan kebutuhan mereka dan cukup mampu memahami pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner. Populasi pada penelitian ini didapat dari rata rata pelanggan yang datang ke Raytwo Distro dalam kurun waktu 1 bulan berjumlah 130 orang pelanggan per bulan.

2. Sampel.

Sampel merupakan bagian dari populasi. Disamping itu Muhammad dalam metode penelitian ekonomi Islam mendefisikan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi itu besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan

untuk populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representatif* (mewakili). (Wardani, 2016, hlm. 39-40)

Sampel dalam penelitian itu ditentukan berdasarkan pendapat dari Slovin. (Wardani, 2016, hlm.40) Yang menyatakan rumus dari sampel adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan/*margin of error max.*

Dalam penelitian ini, rata-rata jumlah konsumen/populasi dari konsumen Raytwo Distro yang datang ke toko untuk membeli produk perbulannya sebanyak 130 konsumen. Sehingga, jika diaplikasikan dalam rumus akan mendapatkan jumlah sampel sebagai berikut :

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

$$n = \frac{130}{1 + 130 \cdot 0,05^2}$$

$$n = \frac{130}{1 + 130 \cdot 0,0025^2}$$

$$n = \frac{130}{1 + 0,325}$$

$$n = \frac{130}{1,325}$$

$$n = 98,113207547169$$

$n = 98,113207547169$ dibulatkan menjadi 98 pelanggan yang menjadi perwakilan sampel dari populasi 130 pelanggan Raytwo Distro.

Untuk mengetahui tingkat kevaliditasan suatu sampel, maka digunakanlah *Margin of error max* sebesar 5%. Jadi, sampel pada penelitian ini berjumlah 98 konsumen. Untuk mendapatkan jumlah sampel 98 konsumen tersebut.

G. Teknik Pengumpulan Data.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kusioner dan wawancara. Kusioner diberikan kepada pihak responden yaitu konsumen Raytwo Distro Kotabaru yang terpilih sesuai kriteria subjek penelitian pada halaman 37-38. Sedangkan untuk wawancara

ditujukan kepada narasumber, narasumber pada penelitian ini adalah Ibu Intan Mayasari selaku pemilik toko Raytwo Distro Kotabaru.

H. Data dan Sumber Data.

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif, data kuantitatif merupakan data yang bisa diukur atau dihitung secara langsung sebagai variabel angka atau bilangan. Maka yang menjadi data pada penelitian ini adalah populasi dari konsumen Raytwo Distro yang datang ke toko untuk membeli produk perbulannya sebanyak 130 konsumen.

Sedangkan sumber data pada penelitian ini adalah subyek dari mana data diperoleh. Disini penulis menggunakan kusioner dalam pengumpulan data, maka sumber data nya adalah responden. Responden diperoleh dari jumlah sampel yang menjadi perwakilan dari populasi. Responden pada penelitian ini adalah 98 konsumen yang pernah membeli produk Raytwo Distro Kotabaru.

I. Teknik Analisis Data

Pengolahan data statistik memiliki peran yang sangat penting dalam suatu penelitian karena dari hasil pengolahan data akan kita dapatkan kesimpulan penelitian. teknik pengolahan data mencakup perhitungan dan analisis model penelitian. Sebelum membuat kesimpulan dalam suatu penelitian analisis terhadap data harus dilakukan agar hasil penelitian menjadi akurat. Maka penelitian ini dilakukan dengan metode statistik.

yang dibantu oleh *software MS Excel* dan program *Eviews versi 9*. (e-Prints, 2016, hlm75)

Untuk menguji instrumen penelitian penulis menggunakan *software MS Excel* sedangkan untuk menganalisis penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan langkah langkah yang pertama mempersiapkan data yang ingin di analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program *Eviews versi 9*, lalu mengestimasi model regresi linear berganda dengan memasukan rumus estimasi sesuai variabel yang diujikan yaitu “ $y_c_x^1_x^2$ ” , kemudian melakukan pengujian *asumsi klasik* dengan tahapan uji Normalitas data, uji Multikolinearitas, uji Heterokedastisitas, dan uji Autokorelasi, dan terakhir menguji kelayakan model dengan tahapan pengujian yaitu uji F Simultan, uji T Parsial dan Koefisien Determinasi. Tahapan pengujian instrumen penelitian yang menggunakan *software MS Excel* dan tahapan analisis regresi linear berganda menggunakan program *eviews versi 9* akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas.

Validitas adalah tingkat dimana suatu instrument mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu instrument tidak bisa valid untuk sembarangan keperluan atau kelompok, suatu instrument hanya valid untuk suatu keperluan dan pada kelompok tertentu.

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah data kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan program computer *MS Excel*. Perintah *MS Excel* untuk rumus adalah PEARSON (array 1, array 2). Array 1 adalah X (variabel yang ada di kusioner). Array 2 adalah Y(kolom total semua variabel kusioner). Variabel yang dinyatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (Sitinjak, Durianto, Sugianto, & Yunarto, 2004, hlm. 52-53)

b. Uji Reliabilitas.

Reliabilitas adalah tingkatan pada suatu tes secara konsisten mengukur berapa pun hasil pengukuran itu. Reliabilitas dinyatakan dengan angka-angka (biasanya sebagai suatu koefisien), koefisien reliabilitas yang dapat diterima di tentukan oleh jenis tes. Uji ini digunakan untuk menguji seberapa konsisten satu atau seperangkat pengukuran mengukur suatu konsep. Reliabilitas instrument dapat dilihat dari *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dapat dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6. (Yolanda, 2019, hlm. 50-51)

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan suatu variabel *respons* (variabel terikat/dependen)

menggunakan lebih dari satu variabel *input* (variabel bebas, independen variabel/eksogen) dengan rumus :

$$Y = \alpha + \beta_1 X^1 + \beta_2 X^2 + e$$

Ket :

Y = variabel terikat atau *respons*

α = konstanta

β = parameter regresi

e = *error term*

X = variabel-variabel (Yolanda, 2019, hlm. 52)

Tahapan pengujian dalam analisis regresi linear berganda :

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Untuk menguji asumsi normalitas penulis menggunakan *Histogram Normality Test* dengan taraf signifikan 5% dengan criteria pengambilan keputusan yaitu jika nilai nilai *probabilitas Jarque-Bera* lebih besar dari taraf signifikan 5% berarti sebaran data berdistribusi normal dan begitu pula sebaliknya. Hasil pengujian

normalitas data variabel penelitian adalah sebagai berikut.

(Basuki & Prawoto, 2016, hlm. 106)

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Uji multikolinearitas dalam penelitian ini adalah dengan melihat nilai *Inflation Factor* (VIP) pada model regresi. Apabila nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan yang lainnya. Model regresi yang memenuhi persyaratan yaitu dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut *homokedastisitas*. Model baik jika nilai probabilitas lebih dari 0,05. Hasil pengujian

heterokedastisitas menggunakan aplikasi *Eviews versi 9* dengan memilih uji atau *Test Harvey*, untuk memperoleh hasil uji heterokedastisitas. Pada *test Harvey* menggunakan logaritma natural dari kuadrat residual. Jika hasil ρ -value/Prob. Chi Square² > 0,05 maka H_0 diterima, artinya varians error bersifat homokedastisitas.

Untuk asumsi yang dipakai di dalam *test Harvey* adalah sebagai berikut :

- Bila nilai Obs*R-Squared (probabilitas) < α 0,05 maka ada gejala heterokedastisitas.
- Bila nilai Obs*R-Square (probabilitas) > α 0,05 maka tidak ada gejala heterokedastisitas. (Azzahrah, 2015, hlm. 47)

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang digunakan adalah dengan uji *Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test* dengan ketentuan apabila nilai

probabilitas dari *Obs R-Squared* > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa bebas dari autokorelasi. (Yolanda, 2019, hlm. 51-52)

b. Uji Kelayakan Model

1) Uji F Simultan

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai f-hitung dengan f-tabel pada taraf signifikan 5% ($\alpha = 0,05$). Pengambilan keputusan untuk uji F serempak sebagai berikut :

- a. Jika nilai f-hitung \geq f-tabel maka berarti variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.
- b. Jika nilai f-hitung \leq f-tabel maka berarti variabel bebasnya secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

2) Uji T Parsial

Uji T adalah untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah

bermakna atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai t-hitung masing-masing variabel bebas dengan nilai t-tabel dengan taraf signifikan 5% ($\alpha = 0,05$). Pengambilan keputusan untuk uji T parsial sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikan $>$ t-tabel (hipotesis ditolak) maka variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan $<$ t-tabel (hipotesis diterima) maka variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. (Yolanda, 2019, hlm. 52-53)

3) Koefisien Determinasi (R^2).

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui dan mengukur ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data hasil observasi. Dengan rumus :

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi (Yolanda, 2019, hlm. 53-54)