

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yaitu sebuah metode penelitian yang menekankan pada pengambilan keputusan, penginterpretasian data, dan kesimpulannya berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari hasil statistik (Sugiyono, 2010). Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa penelitian kuantitatif lebih menekankan pada perhitungan secara statistik pada data kemudian barulah dari data statistik ditarik sebuah kesimpulan.

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian korelasi. Korelasi adalah cara untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antar variabel. Apabila terdapat pengaruh antar variabel, maka perubahan-perubahan yang terjadi pada salah satu variabel akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada variabel lain (Susanti, 2010).

B. Identifikasi Variabel

Variabel adalah objek penelitian yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Arikunto, 2013 : 161). Sedangkan (Sugiyono, 2010 : 38) menyatakan variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian

ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel terikat (*dependent variabel*) dan variabel bebas (*independent variabel*).

1. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2010 : 38). Jadi variabel terikat nilai tergantung pada variabel lain dan biasanya disimbolkan dengan huruf Y. Variabel terikat pada penelitian ini adalah loyalitas konsumen.
2. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel ini nilai nilainya tidak tergantung pada variabel lainnya dan biasanya disimbolkan dengan huruf X. Variabel bebas pada penelitian ini adalah citra merek.

C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang diamati. Proses pengubahan definisi konseptual yang lebih menekankan kriteria hipotetik menjadi definisi operasional disebut operasionalisasi variabel peneliti (Azwar, 2007 : 74).

Definisi operasional variabel penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Variabel terikat (*Dependent Variable*) :

Loyalitas konsumen adalah preferensi dan komitmen konsumen untuk melakukan pembelian ulang jilbab merek pasmira secara konsisten dari waktu ke waktu dan mereferensikannya pada orang lain.

Adapun indikator loyalitas konsumen yang digunakan pada penelitian ini mengacu pada Griffin (2005) adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian secara teratur.
2. Pembelian antar lini produk atau jasa.
3. Mereferensikan produk ke orang lain.
4. Menunjukkan kekebalan terhadap produk pesaing.

Pengukuran dari variabel penelitian ini menggunakan skala likert dengan interpretasi semakin tinggi skor maka akan semakin positif loyalitas bagi individu. Demikian juga sebaliknya semakin rendah skor maka akan semakin negatif loyalitas bagi individu.

2. Variabel bebas (*Independent Variable*):

Citra merek adalah keseluruhan persepsi konsumen terhadap merek yang terbentuk karena informasi dan pengalaman menggunakan jilbab merek pasmira.

Adapun indikator citra merek dalam penelitian ini mengacu pada Keller (2013 : 76) adalah sebagai berikut:

1. Atribut
 - a. *Product Related* (berhubungan langsung dengan produk)
 - b. *Non Product Related* (tidak berhubungan langsung dengan produk)

2. Manfaat
 - a. Manfaat fungsional
 - b. Manfaat pengalaman
 - c. Manfaat simbolis
3. *Brand attitude* (sikap terhadap merek)

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan interpretasi semakin tinggi skor maka akan semakin positif citra merek bagi individu, sebaliknya semakin rendah skor akan semakin negatif citra merek bagi individu.

D. Populasi Dan Teknik Sampling

D.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010 : 80). Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengunjungi outlet pasmira Gresik.

D.2 Teknik Pengambilan Sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010 : 81). Teknik sampling adalah cara atau teknik yang digunakan untuk mengambil sampel (Sugiyono, 2008 : 116). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada metode penetapan sampel tertentu yang dinilai sesuai dengan tujuan atau masalah penelitian dalam sebuah populasi (Notoatmodjo, 2010) . Sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung outlet pasmira Gresik.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuisisioner atau angket. Metode kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2010 : 142).

Data penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode skala. Skala adalah skala adalah perangkat pertanyaan yang disusun untuk mengungkap atribut tertentu melalui respon terhadap pertanyaan yang diberikan (Azwar, 2012). Pada penelitian ini menggunakan skala model likert, dalam penelitian ini peneliti menggunakan 4 pilihan jawaban, peneliti beranggapan bahwa ada kelemahan dengan lima alternatif karena responden cenderung memilih alternatif yang ada

ditengah (karena dirasa aman dan paling gampang dan hampir tidak berpikir) (Arikunto, 2013 : 284).

Adapun alternatif Skala Likert yang digunakan untuk kedua variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Loyalitas Konsumen

Tabel 2. Alternatif Skala Likert Untuk Mengukur Loyalitas Konsumen

No.	Favourabel		Unfavorabel	
	Alternatif	Nilai	Alternatif	Nilai
1	Sangat sesuai	4	Sangat sesuai	1
2	Sesuai	3	Sesuai	2
3	Tidak sesuai	2	Tidak sesuai	3
4	Sangat tidak sesuai	1	Sangat tidak sesuai	4

Tabel 3. *Blue Print* Variabel Loyalitas Konsumen Sebelum Uji Coba

No.	Indikator	Favourable	Unfavourable	Total
1	Melakukan pembelian secara teratur.	73,76	79,83	4
2	Pembelian antarlini produk atau jasa.	74,78,81	77,80,84	6
3	Mereferensikan produk ke orang lain.	75,82,86	85,87,88	6
4	Menunjukkan kekebalan terhadap produk pesaing	89,90,94	91,92,93	6
Total				22

Sumber : Diolah oleh peneliti

2. Citra merek

Tabel 4. Alternatif Skala Likert Untuk Mengukur citra merek

No.	Favourabel		Unfavorabel	
	Alternatif	Nilai	Alternatif	Nilai
1	Sangat sesuai	4	Sangat sesuai	1
2	Sesuai	3	Sesuai	2
3	Tidak sesuai	2	Tidak sesuai	3
4	Sangat tidak sesuai	1	Sangat tidak sesuai	4

Tabel 5. *Blue Print* Variabel citra merek Sebelum uji Coba

No.	Indikator	Favourable	Unfavourable	Total
1	Atribut			
	<i>a. Product related attribute</i>			
	• Fitur produk	1,2,3,7,8,9,13	4,5,6,10,11,12,14	14
	<i>b. Non product attribute</i>			
	• Harga	15,16	17,18	4
	• Kemasan	19,20,21,25	22,23,24,26	8
2	Manfaat (<i>benefit</i>)			
	<i>a. Manfaat fungsional</i>			
	• Kebutuhan dasar	27,28	30,31	4
	• Ekonomis dan efisien	29,32	33,34	4
	<i>b. Manfaat pengalaman</i>			
	• Kepuasan sensori	35,45	41,47	4
	• Variasi	37,44	39,46	4
	• stimulasi kognitif	36,38,43	40,42,48	6
	<i>c. Manfaat simbolik</i>			
	• Nilai <i>prestige</i>	49,52,57,60	55,56,58,59	8
	• Penilaian sosial	50,51	53,54	4
3	<i>Brand attitude</i>			
	• Evaluasi keseluruhan merek	61,62,63,67,68,71	64,65,66,69,70,72	12
Total				72

Sumber : Diolah oleh peneliti

F. Validitas Alat Ukur

Validitas adalah seberapa jauh pengukuran oleh instrumen dapat mengukur atribut apa yang seharusnya diukur. Validitas dalam pengertian umum merupakan masalah interpretasi terhadap skor tes sesuai tujuan tes. Proses validasi melibatkan proses pengumpulan bukti untuk memberikan dasar ilmiah untuk interpretasi skor tes (Sumintono & Widhiarso, 2015). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan validitas isi. Validitas isi merupakan validitas yang diestimasi melalui pengujian terhadap isi tes dengan analisis rasional atau melalui *professional judgement*. Pertanyaan yang dicari jawabannya dalam validitas ini adalah sejauh mana item-item tes mewakili komponen-komponen dalam keseluruhan isi objek yang hendak diukur dan sejauhmana item-item tes mencerminkan ciri sikap yang hendak diukur (Azwar, 2014 : 42). Jenis validitas isi yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas logis yang menunjukkan pada sejauhmana item tes merupakan representasi dari ciri-ciri atribut yang hendak diukur (Azwar, 2014 : 44).

Perhitungan uji validitas dan reliabilitas menggunakan pemodelan *RASCH*. Pemilihan item *infit* maupun *outlier/misfit*. *Infit* berarti *inlier-sensitive* atau *information-weight fit* adalah kesensitifan pola respons terhadap item sasaran pada responden (*person*) atau sebaliknya. *Outlier* adalah pola jawaban yang tidak umum, *misfit* adalah inkonsistensi jawaban dari responden. Berdasarkan tiga kriteria pengukuran item pemodelan *RASCH* menurut (Boone *et al*, 2014 dalam Sumintono dan Wihiarso, 2015) yaitu :

Tabel 6. Tabel Kesesuaian Butir *Item Measure* RASCH

1.	Nilai <i>outfit Mean Square (MNSQ)</i>	$0,5 < MNSQ < 1,5$
2.	Nilai <i>outfit Z-Standard (ZSTD)</i>	$-2,0 < ZSTD < +2,0$
3.	Nilai <i>Point Measure Correlation (Pt Mean Corr)</i>	$0,4 < Pt Mean Corr < 0,85$

Nilai *outfit Mean-Square (MNSQ)* memperlihatkan ukuran keacakan yaitu jumlah distorsi dalam sistem pengukuran. Nilai yang diharapkan adalah antara 0,5 – 1,5. Jika skor kurang dari nilai tersebut, maka mengindikasikan soal itu terlalu mudah ditebak (*data overfit the model*). Sedangkan nilai yang besar mengindikasikan tidak mudah diprediksi (*data underfit the model*). Secara statistik *mean-square* adalah nilai statistik chi-kuadrat yang dibagi dengan derajat bebas dan nilainya selalu positif. Sedangkan *outfit* berarti *outlier-sensitive fit* adalah mengukur kesensitifan pola respons item dengan kesulitan tertentu daripada responden (*person*) (Sumintono dan Widhiarso, 2015).

Tabel 7. Interpretasi Nilai *Mean-square (MNSQ)*

Nilai <i>Mean-square (MNSQ)</i>	Implikasi pada pengukuran
$>2,0$	Menurunkan kualitas sistem pengukuran
$1,5 - 2,0$	Kurang bagus untuk pembuatan instrumen tapi tidak menurunkan kualitas
$0,5 - 1,5$	Kondisi yang baik untuk pengukuran
$< 0,5$	Kurang produktif untuk pengukuran, namun tidak menurunkan kualitas, kemungkinan bisa menyebabkan kesalahan dengan reliabilitas yang tinggi.

Outfit Z-Standard (ZSTD) adalah uji t untuk hipotesis, hasilnya adalah nilai- z yaitu penyimpangan unit. Menjelaskan ketidakmungkinan data yaitu

signifikansinya jika data memang sesuai dengan model (Sumintono dan Widhiarso, 2015).

Tabel 8. Interpretasi *Outfit Z-Standard (ZSTD)*

Nilai <i>ZSTD</i>	Implikasi pada pengukuran
$\geq 3,0$	Data tidak diharapkan jika sesuai dengan model (secara sempurna). Namun dengan sampel yang besar kesesuaiannya mungkin kecil.
$2,0 - 2,9$	Data tampak tidak dapat diprediksi
$-1,9 - 1,9$	Data mempunyai perkiraan yang logis
$\leq 2,0$	Data terlalu mudah diprediksi

Point Measure Correlation (Pt Mean Corr) pada prinsipnya sama dengan korelasi *point-biserial* dalam teori tes klasik. Parameter ini menunjukkan daya diskriminasi item (Sumintono dan Widhiarso, 2015).

Tabel 9. Interpretasi *Point Measure Correlation (Pt Mean Corr)*

Nilai <i>Pt Mean Corr</i>	Implikasi pada pengukuran
$> 0,40$	Sangat bagus
$0,30 - 0,39$	Bagus
$0,20 - 0,29$	Cukup
$0,00 - 0,19$	Tidak mampu mendiskriminasi
$< 0,00$	Membutuhkan pemeriksaan terhadap butir

Nilai *outfit MNSQ*, *outfit ZSTD* dan *Pt Mean Corr* adalah kriteria yang digunakan untuk melihat tingkat kesesuaian butir (item fit). Item fit menjelaskan apakah butir soal berfungsi normal melakukan pengukuran atau tidak. Jika butir soal pada ketiga kriteria tersebut tidak terpenuhi dapat dipastikan bahwa item

tersebut kurang sesuai (*outlier / misfits*). sehingga perlu diperbaiki atau dihilangkan (Boone et al, 2014 serta Bond & Fox, 2015 dalam Sumintono dan Widhiarso, 2015).

G. Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas mengacu pada konsistensi atau keterpercayaan hasil ukur yang mengandung makna kecermatan pengukuran (Azwar, 2014 : 29). Pengukuran yang tidak reliabel akan menghasilkan skor yang tidak dapat dipercaya karena perbedaan skor yang terjadi diantara individu lebih ditentukan oleh faktor *error* daripada faktor perbedaan yang sesungguhnya.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan pemodelan RASCH. Nilai reliabilitas dalam pemodelan RASCH ditunjukkan dengan nilai separasi individu (*person separation*), separasi individu menunjukkan seberapa baik seperangkat butir didalam tes menyebar sepanjang rentang atau kontinum kemampuan logit. Semakin besar skor separasi individu semakin baik tes yang disusun karena butir-butir didalamnya mampu menjangkau individu dengan kemampuan ditingkat tinggi sampai yang rendah. Separasi butir (*item separation*), separasi butir menunjukkan seberapa besar sampel yang dikenakan pengukuran tersebar sepanjang skala interval linier. Semakin tinggi nilai separasi butir semakin baik pengukuran yang dilakukan (Sumintono dan Widhiarso, 2015). Nilai *alpha cronbach*, Azwar (2016) menjelaskan *alfa cronbach* adalah perhitungan melalui bentuk skala yang digunakan hanya satu kali maka problem

yang mungkin timbul pada pendekatan reliabilitas tes ulang dapat dihindari. Kriteria nilai *person reliability*, *item reliability* dan nilai *alpha cronbach* pemodelan RASCH sebagai berikut :

Tabel 10. Kriteria *Person Reliability*, *Item Reliability* Dan *Alpha Cronbach*

1.	Nilai <i>person reliability</i> dan <i>item reliability</i>	a. < 0,67 : Lemah b. 0,67 – 0,80 Cukup c. 0,81 – 0,90 Bagus d. 0,91 – 0,94 Bagus sekali e. > 0,94 Istimewa
2.	Nilai <i>alpha cronbach</i>	a. < 0,5 Buruk b. 0,5 – 0,6 Jelek c. 0,6 – 0,7 Cukup d. 0,7 – 0,8 Bagus e. > 0,8 Bagus sekali

H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Proses teknik analisis data merupakan kegiatan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2010 : 206).

Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan dianalisis menggunakan metode statistik. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana. Analisis regresi untuk menguji signifikan atau tidaknya

pengaruh antara dua variabel yaitu variabel (X) dan Variabel (Y) melalui koefisien regresinya (Misbahuddin & Hasan, 2014). Analisis data penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Package For Social Sciences*) untuk mempermudah proses analisis data dalam pembuktian hipotesis.