

BAB III METODE PENELITIAN

1.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data kongkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Filsafat *positivistic* digunakan pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2008;12-13).

1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jalan Sindujoyo 68 Gresik.

1.3 Populasi dan Sampel

1.3.1 Populasi

Menurut Sugiono (2006:55) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah pelanggan Otak-otak Bu Muzanah Store di jalan Sindujoyo 68 Gresik yang ditemui selama penelitian dan sekaligus dijadikan sampel.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2002:117). Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel dengan cara menggunakan *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiono, 2008:85). Wallen (dalam Hidayat 2004:105) menyarankan besar sampel minimum sebanyak 100 sampel. Sampel penelitian diambil dari pelanggan yang pernah membeli otak-otak bandeng di Bu Muzanah lebih dari satu kali.

3.4 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Identifikasi Variabel

Berdasarkan permasalahan dan hipotesis yang diajukan, maka variabel yang dianalisis dan dioperasionalkan terdiri dari dua macam yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Dapat diterangkan sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (X) yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain
 - a. Kualitas Produk (X1)
 - b. Citra Merek (X2)
2. Variabel Terikat atau Kepuasan Pelanggan (Y) dan Loyalitas Pelanggan (Z) yaitu variabel yang diambil dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas.

3.4.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel peneliti merupakan suatu atribut seseorang, atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain (Sugiyono, 2008;58). Ada dua variabel peneliti yaitu;

1. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2008;59).

Variabel penelitian ini adalah:

a. Kualitas Produk (X1)

Kualitas Produk adalah tanggapan responden terhadap karakteristik tertentu pada produk otak-otak bandeng Bu Muzanah. Indikator – indikator kualitas produk :

- 1) *Brand Name*
- 2) Kemasan
- 3) Keistimewaan produk

b. Citra Merek (X2)

Citra merek adalah tanggapan responden tentang persepsi atau kesan yang direfleksikan bahwa otak-otak bandeng yang rasanya enak dalam ingatannya adalah merek otak-otak bandeng Bu Muzanah. Indikator – indikator citra merek :

- 1) Citra Rasa
- 2) Citra Kemasan
- 3) Citra Harga

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab akibat adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang dijadikan variabel dependen adalah : Kepuasan Pelanggan (Y) dan Loyalitas Pelanggan (Z).

a. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah tanggapan responden tentang perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan antara kesanya dan harapanya terhadap otak-otak bandeng Bu Muzanah. Indikator-indikator kepuasan pelanggan adalah :

- 1) Puas terhadap kualitas produk
- 2) Puas terhadap harga
- 3) Puas terhadap kualitas pelayanan

b. Loyalitas Pelanggan (Z)

Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang oleh pelanggan untuk menggunakan kembali produk otak-otak bandeng Bu Muzanah dilain waktu. Indikator – indikatornya adalah :

- 1) Melakukan pembelian ulang.
- 2) Membeli di luar lini produk.
- 3) Mereferensikan produk ke orang lain.
- 4) Tidak tertarik produk lain.

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2008:13).

3.5.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer dan data sekunder diuraikan sebagai berikut :

3.5.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Dalam penelitian ini data primer bersumber dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada 100 pembeli Otak-Otak Bandeng di Gresik, di mana hasil dari data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti.

3.5.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dalam penelitian yang sifatnya melengkapi atau mendukung data primer. Dalam penelitian ini, data

sekunder bersumber dari studi pustaka melalui berbagai jurnal, artikel majalah pemasaran, maupun artikel yang diambil dari internet.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Instrumen atau alat yang digunakan untuk pengambilan atau pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran *questioner* (angket). Questioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2008;199). Penyebaran angket pada penelitian ini akan disebarakan pada pelanggan otak-otak bandeng Bu Muzanah dengan tujuan untuk memperoleh data berupa jawaban dari responden.

Untuk mengukur nilai variabel yang diteliti diperlukan suatu instrument atau alat penelitian. Jumlah instrument yang digunakan dalam penelitian tergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti, karena instrument penelitian digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data yang akurat, maka setiap instrument harus mempunyai skala.

Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2008;132) Skla likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Bentuk penilaian dalam skala likert :

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
3. Skor 3 untuk jawaban Ragu-ragu (RG)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

3.7 Uji Instrumen

Untuk mengetahui kesahihan dan keterhandalan dari alat ukur yang digunakan dalam setiap variabel digunakan uji validitas dan reliabilitas. Dengan menggunakan instrument yang valid dan reliabel dalam mengumpulkan data maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrument yang valid dan reliabel merupakan syarat untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. (Imam Ghazali dalam Made Novandri, 2010:32).

Misalnya dalam mengukur loyalitas konsumen suatu produk di mata konsumen diukur dalam tiga pertanyaan berupa satu pertanyaan tiap indikator. Untuk mengukur variabel loyalitas konsumen, jawaban responden dikatakan valid apabila item-item dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dalam kuesioner tersebut. Dalam uji validitas dapat digunakan SPSS

(*Statistical Product and Service Solutions*) dan dapat pula digunakan rumus teknik korelasi *Product Moment* (Husein Umar dalam Made Novandri, 2010:33):

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2] [n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

r = koefisien korelasi

n = jumlah observasi/responden

X = skor pertanyaan

Y = skor total

Jika r hitung > dari r table (uji 2 sisi dengan tingkat signifikansi 5%) maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Dalam uji validitas ini suatu butir pertanyaan atau variabel dinyatakan valid jika r hasil > r table (Santoso, 2001; 280).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. (Imam Ghozali dalam Made Novandri, 2010:34). Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 (Nunnally dalam Ghozali, 2002;42).

3.8 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal/ mendekati normal. Cara untuk mengetahui normalitas adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, dan *plotting* data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang memberikan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2005;110).

3.9 Uji Multikolinieritas

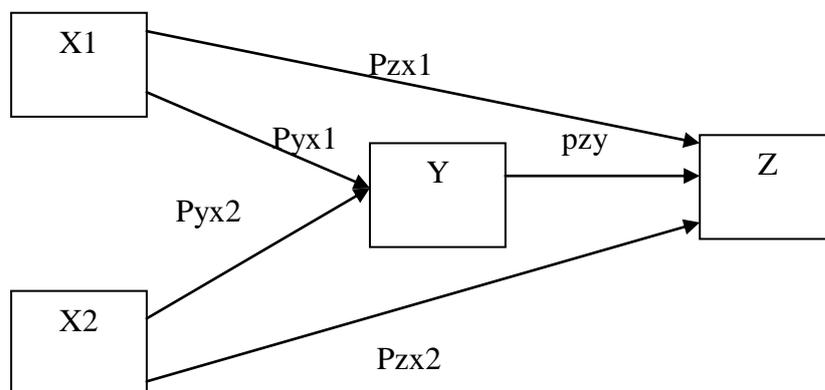
Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel–variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal ialah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesamanya sama dengan nol (Ghozali,2001;91). Multikoleniaritas dapat diketahui dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka regresi bebas dari multikoleniaritas. Kriteria pengukurannya adalah sebagai berikut:

1. Jika *tolerance* > 10% dan VIF < 10% maka tidak terjadi Multikoleniaritas.
2. Jika *tolerance* < 10% dan VIF > 10% maka terjadi Multikoleniaritas.

3.10 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode *Path Analysis* (Analisis Jalur) dengan model gabungan antara regresi linier berganda dengan model mediasi (variabel perantara) dimana variabel X berpengaruh terhadap variabel Z secara langsung dan secara tidak langsung mempengaruhi juga terhadap variabel Z melalui perantara variabel Y. *Path Analysis* merupakan perluasan dari regresi linier berganda dan yang memungkinkan analisis model-model yang lebih kompleks (Streiner dalam Sarwono, 2012:17). *Path Analysis* atau analisis jalur merupakan keterkaitan antara variabel independen dengan variabel dependen melalui variabel intermediasi. Metode *path analysis* dalam penelitian ini menggunakan persamaan :

Berdasarkan data yang telah terkumpul kemudian dianalisa dengan menggunakan teknik analisis statistik *path* model mediasi. Dalam penelitian ini dilakukan analisis diskriptif dan statistik, dimana analisis diskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai responden yang direkrut sebagai sampel dalam penelitian. Sedangkan analisis statistik digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada. Berdasarkan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, maka hubungan antar variabelnya lengkap dinyatakan dalam model gambar sebagai berikut:



$$Y = PYX1 + PYX2 + e1$$

$$Z = PZX1 + PZX2 + PZY + e2$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan

Z : Loyalitas Pelanggan

X1 : Kualitas Produk

X2 : Citra Merek

P : Koefisien Regresi

e : error

3.11 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan agar dapat diketahui apakah diantara variabel ada yang mempunyai pengaruh harus dilakukan pengujian Hipotesis. Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat dinilai dengan *Goodness of Fit* (keselarasannya). Adapun hipotesis yang digunakan adalah uji t.

Uji T digunakan untuk menguji perbandingan dua rata-rata sampel yang berpasangan (Priyatno, 2012:41) atau biasa juga disebut pengujian koefisien regresi secara parsial atau sendiri – sendiri dengan menentukan formula statistic yang akan diuji, dengan hipotesa: $H_0: b_1 = 0$, artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. $H_1: b_1 \neq 0$, artinya ada pengaruh antara

variabel bebas terhadap variabel terikat. Tingkat kepercayaan 95% atau tingkat signifikansi $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ uji dua sisi dengan derajat kebebasan (df) $n-1$.

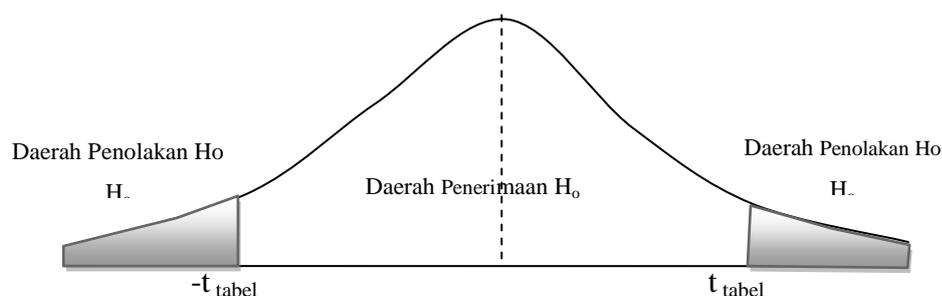
Rumus:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan :

b_i = Koefisien Regresi

S_{b_i} = standar error



Gambar 3.1
Kurva Distribusi Penolakan / Penerimaan Hipotesis Secara Parsial

Hasil :

1. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{table}} = H_0$ ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara signifikan. Jadi itu berarti terdapat pengaruh antara variabel bebas (x) dan variabel terikat (y) secara parsial.
2. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{table}} = H_0$ diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel bebas tidak mempengaruhi variabel terikat secara signifikan, tidak ada pengaruh antara variabel bebas (x) dan variabel terikat (y) secara parsial.