

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2017) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menganalisis data dengan menggunakan deskripsi yang menggambarkan penjabaran data yang telah terkumpul tanpa mengeneralisasi atau membuat kesimpulan umum dari data yang sudah dijabarkan. Sedangkan menurut Sugiyono (2017:8) metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dilandasi oleh filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, mengumpulkan data penelitian menggunakan instrumen-instrumen penelitian yang bersifat kuantitatif atau dalam bentuk statistik dan bertujuan untuk menguji masing-masing hipotesis yang muncul dan telah ditetapkan. Berdasarkan definisi yang telah dijabarkan maka pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana variabel independen (variabel bebas) mempengaruhi variabel dependen (variabel terikat).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan lingkungan generalisasi yang terdiri dari subjek dan objek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan indikator yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dianalisis dan menarik kesimpulan dari analisis data tersebut (Sugiyono, 2017:80). Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen yang sudah membeli produk Barley Division Blitar dalam bulan Januari-Oktober sebanyak 563 orang.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari karakteristik dan jumlah dari populasi tersebut (Sugiyono, 2018:81). Sampel merupakan bagian dari karakteristik populasi dan dapat mewakili dari sekian keseluruhan populasinya. Dalam penelitian ini terdapat 563 orang di dalam populasi. Dan dari populasi

tersebut maka akan dihitung dengan menggunakan rumus Slovin dikarenakan jumlah sampel harus bersifat *representative*. Maka digunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% dengan populasi sebanyak 563 karena populasi kurang dari 1000. Rumus Slovin yang digunakan untuk dapat menentukan jumlah sampel adalah:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

n : Jumlah sampel/responden

N : Ukuran populasi

e : Presentase kesalahan yang masih dapat ditolerir atau *margin of error* (10%)

Dengan rumus di atas maka diperoleh:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

$$n = \frac{563}{1 + (563 \times 0,1^2)} = \frac{563}{1 + (563 \times 0,01)} = \frac{563}{6,63} = 84,9$$

Maka sampel yang digunakan pada penelitian ini diambil sebanyak 84,9 dan dibulatkan menjadi 85 orang dengan teknik *probability sampling* dan *purposive sampling*. Teknik *probability sampling* digunakan untuk memberikan kesempatan atau peluang yang setara kepada semua anggota populasi termasuk pada kosumen internal (karyawan, staf produksi, manajer, atau orang-orang terdapat pada internal perusahaan) untuk dipilih secara acak, tanpa memperhatikan strata yang terdapat pada populasi tersebut. Sedangkan *purposive sampling* digunakan sebagai teknik pengambilan sampel dengan cara memberikan kriteria khusus pada responden yaitu merupakan kosumen Barley Division yang telah membeli produk Barley Division.

3.3 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran

3.3.1 Variabel

Variabel merupakan salah satu atribut atau sifat dan karakteristik tertentu dari objek atau per seorangan pribadi sesuai yang sudah ditentukan oleh

peneliti untuk dapat diteliti atau dianalisis sehingga dapat ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:38). Penelitian ini terdapat dua variabel yaitu:

1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2018:61) variabel independen merupakan variabel bebas yang dapat mempengaruhi dan menjadi timbul perubahan atau sebab akibat atas variabel terikat atau variabel dependen. Harga (X1), *Digital Marketing* (X2), dan Kualitas Produk (X3) merupakan variabel independen di dalam penelitian ini.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen atau variabel bebas. Di dalam penelitian ini Loyalitas Konsumen (Y) merupakan variabel dependen.

3.3.2 Operasionalisasi

Operasional variabel merupakan cara untuk menemukan atau bagaimana mengukur variabel-variabel dengan rumusan singkat, jelas, dan tidak menyebabkan timbulnya berbagai macam tafsiran. Operasionalisasi variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Harga	Harga merupakan sebuah nominal uang yang ditetapkan atas sebuah jasa atau produk (Kotler & Amstrong, 2018:151)	<ul style="list-style-type: none"> a. Keterjangkauan harga. b. Daya saing harga. c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. d. Kesesuaian harga dengan manfaat.

2.	<i>Digital Marketing</i>	<i>Digital marketing</i> merupakan aktivitas pemasaran yang mencakup <i>branding</i> menggunakan setidaknya beberapa media berbasis <i>digital</i> atau melalui internet seperti <i>social media, blog, email, website, atau adwords.</i> (Lucyantoro & Rachmadansyah, 2017)	<ul style="list-style-type: none"> a. Tingkat daya tarik b. Optimalisasi keingintahuan c. Tingkat komitmen d. Tingkat afinitas
3.	Kualitas Produk	Kepuasan dan kesetiaan konsumen atau loyalitas konsumen bergantung pada kualitas produk serta harga barang. (Bali, 2022)	<ul style="list-style-type: none"> a. Kinerja b. Estetika c. Kesesuaian
4.	Loyalitas Konsumen	Loyalitas dapat menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah strategi pemasaran atau kualitas dari <i>output</i> yang	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Repeat Purchase.</i> b. <i>Retention.</i> c. <i>Referrals.</i> d. <i>Never have intention to moving,</i>

		<p>dihasilkan perusahaan dan menjadi sebuah respon positif konsumen kepada perusahaan jika konsumen merasa puas dengan pelayanan atau produk yang didapat.</p> <p>(Putri et al., 2021)</p>	
--	--	--	--

3.3.3 Pengukuran

Variabel dalam penelitian ini akan diteliti menggunakan skala Likert. Skala Likert merupakan tolak ukur yang digunakan untuk mengukur sikap, karakteristik, pendapat ataupun persepsi sekelompok orang atau individu tentang sebuah fenomena sosial (Sugiyono, 2017:93). Dengan menggunakan skala likert, akan mengubah variabel menjadi indikator variabel yang kemudian menjadikan indikator tersebut sebagai tolak ukur untuk menyusun instrumen pertanyaan atau pernyataan dengan jawaban gradasi sangat positif hingga sangat negatif.

Tabel 3.2

Tabel Skala Likert

Pertanyaan atau Pernyataan	Penilaian
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.4 Metode Pengumpulan Data

Di dalam penelitian ini metode pengumpulan datanya menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil metode survei dengan menyebarkan kuesioner secara *offline* yang diberikan pada responden yang bersangkutan. Dan juga menggunakan data sekunder yang berdasarkan dari literatur tentang variabel yang akan diteliti. Pengumpulan data oleh peneliti yang dilakukan melalui penyampaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden merupakan definisi kuesioner menurut Sugiyono (2018:102).

3.4.1 Pengujian Instrumen Penelitian

3.4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur fungsi dari alat ukur atau instrumen penelitian dan menguji sah atau tidaknya kuesioner atau pertanyaan dan pernyataan yang terdapat pada penelitian (Darma, 2021:7). Indikator yang terdapat di dalam pengujian uji validitas adalah jika r hitung $>$ r tabel dengan berdasarkan uji signifikan 0,05, maka instrumen yang digunakan di dalam penelitian dapat dinyatakan valid (Darma, 2021:8).

3.4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan bersifat valid dan bersifat tangguh. Uji Reliabilitas mengukur dengan menggunakan pertanyaan atau pernyataan yang digunakan, sehingga uji reliabilitas dapat dilaksanakan setelah melakukan uji validitas. Uji Reliabilitas dilaksanakan dengan cara membandingkan nilai-nilai *Alpha Cronbach* dengan tingkat signifikansi yang terdapat pada penelitian (Darma, 2021:17). Tingkat signifikansi yang dapat digunakan 0,5-0,7. Jika nilai *Alpha Cronbach* $>$ tingkat signifikansi maka termasuk kedalam instrumen tersebut reliabel, jika nilai *Alpha Cronbach* $<$ tingkat signifikansi maka termasuk kedalam instrumen tersebut tidak reliabel.

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Hal ini digunakan untuk mengukur atau menganalisis data menggunakan penjelasan atau deskripsi dan menguraikan data yang sudah terkumpul

dengan sebenarnya tanpa membuat kesimpulan secara umum atau generalisasi dengan cara menguji nilai minimum dengan maksimum, menguji nilai rata-rata, dan standar deviasi (Sugiyono, 2018:207).

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk melihat apakah data-data di dalam penelitian ini terbebas dari uji-uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas.

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji variabel independen dan dependen, serta model regresinya terdistribusi secara normal atau tidak (Ghozali, 2018:111). Model regresi yang terdistribusi secara normal berarti baik. Pengujian model regresi ini dapat digunakan dengan cara uji statistik menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dengan kriteria nilai probabilitas (signifikansi) > 0.05 maka data dikatakan berdistribusi secara normal.

3.5.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan menguji apakah terdapat temuan adanya korelasi antara variabel independen atau variabel bebas di dalam model regresi (Ghozali, 2018:105). Uji multikolinearitas dapat dilihat dengan cara melihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), apabila $VIF < 10$ maka tidak terdapat adanya multikolinearitas. Namun apabila $VIF > 10$ maka terdapat adanya multikoliniearitas.

3.5.2.3 Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksesuaian atau ketidaksamaan varian dari sebuah residual sebuah pengamatan dengan pengamatan yang lain di dalam sebuah model regresi (Ghozali, 2018:135). Maka dilakukan uji heterokedastisitas yang dilihat dari korelasi Rank Spearman diantara variabel bebas dengan variabel yang dianggap pengganggu, jika nilai

signifikansi > 0,05 maka tidak ada terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018:139).

3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Di dalam penelitian ini harga (X1), *digital marketing* (X2), dan kualitas produk (X3) berperan sebagai variabel independent atau variabel bebas. Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel-variabel independen dan variabel dependen. Rumus regresi linier berganda yang digunakan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Loyalitas konsumen

a : Konstanta/*Intercept*

b₁, b₂ : Koefisien regresi variabel bebas

X₁ : Harga

X₂ : *Digital marketing*

X₃ : Kualitas produk

e : *Error*

3.5.4 Uji Kelayakan Model dan Hipotesis

3.5.4.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan cara untuk mengukur besaran dari kemampuan model regresi untuk menjelaskan variabel dependen atau terikat. Nilai dari koefisien determinasi yang mendekati 1 dapat mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas/independen (X) terhadap variabel terikat/dependen (Y). Namun sebaliknya, jika nilai dari koefisien determinasi mendekati 0 atau semakin kecil, maka dapat ditarik arti jika pengaruh dari variabel bebas/independen (X) terhadap variabel terikat/dependen (Y) cenderung kecil (Ferdinand, 2014:241)

3.5.4.2 Uji Hipotesis (Uji T)

Menurut Ghozali (2018:152) uji t digunakan di dalam penelitian untuk dapat mengetahui apakah pengaruh dari masing-masing variabel bebas/independen terhadap variabel terikat/dependen. Jika t hitung $>$ dari t tabel atau t signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan jika secara individual variabel bebas/independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat/dependen.