

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Menurut Soerjono Soekanto penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang didasarkan pada analisis dan kontruksi yang dilakukan dengan sistematis, metodologis dan konsisten untuk mengungkapkan kebenaran sebagai salah satu manifestasi dari suatu keinginan manusia untuk dapat mengetahui apa yang dihadapi. Sedangkan menurut Donald Ary merupakan sebuah pendekatan ilmiah untuk masalah pertimbangan dalam memperoleh informasi yang berguna dan hasil yang dapat dipertanggungjawabkan. Jadi bisa disimpulkan bahwa penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang digunakan untuk memperoleh informasi tentang apa yang peneliti ingin ketahui. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening dan sumber tersebut dari masyarakat dikota Malang. Bentuk pengamatan yang dilakukan dalam penelitian adalah bentuk survei.

Survei yaitu dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual. Dalam penelitian, data dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

3.2 Jenis dan Sumber

Data Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah meliputi sebagai berikut:

1. Data primer yaitu data yang berasal dari angket (kuesioner) yang disebarkan kepada responden
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari pihak lain. Sumber data sekunder adalah penelitian sebelumnya, literatur yang terkait dengan penelitian, internet dan media lainnya.

3.3 Populasi dan sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Ferdinand (2011:215), populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang terbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah

semesta penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli dan memakai sepatu vans di kota Malang.

3.3.2. Sampel

Sedangkan pengertian sampel dalam penelitian menurut Hadi, (2001:221) adalah:

Sebagian dari populasi. Sampel adalah sejumlah penduduk yang jumlahnya kurang dari jumlah populasi. Juga sampel harus mempunyai paling sedikit satu sifat yang sama, baik sifat kodrat maupun sifat pengkhususan. Proporsi dari sampel yaitu perimbangan antara jumlah sampel dan jumlah populasi, mungkin sangat besar, mungkin sangat kecil.

Roscoe dalam Widayat dan Amirullah (2002:59) memberikan panduan untuk menentukan ukuran sampel yaitu:

- 1) Pada setiap penelitian, ukuran sampel harus berkisar antara 30 sampai 500
- 2) Apabila faktor yang digunakan dalam penelitian itu banyak, maka ukuran sampel minimal 10 kali atau lebih dari jumlah faktor.
- 3) Jika sampel akan dipecah-pecah menjadi beberapa bagian maka ukuran sampel minimum 30 untuk tiap bagian yang diperlukan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidentally sampling* (sampel seadanya), yaitu sampel yang diperoleh dengan cara siapa yang dijumpai peneliti. Menurut Sugiyono (2002:77) bahwa *accidental sampling* (sampling aksidental) adalah: "Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Dalam penelitian ini pengumpulan data dengan cara menyebar kuisioner dalam waktu selama satu bulan dan mendapat jumlah sampel yaitu 70 orang.

3.4 Variabel penelitian dan pengukuran

1. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2009: 13), pengertian variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu dependen, variabel independen, dan variabel

moderating. Variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini didefinisikan sebagai berikut :

1. Variabel independen (X)

Menurut Sugiyono (2009:15), variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebasnya, sebagai berikut:

a. Citra Merek (X1)

Citra merek adalah pengetahuan dan sikap seseorang terhadap produk yang menjadi salah satu faktor yang memberikan kesan dan pesan yang dipersepsikan seseorang pada sebuah merek juga mempengaruhi niat seseorang melakukan pembelian dan tindakan konsumen terhadap suatu merek (Simamora. 2004:63). *Brand image* (Citra Merek) yang baik akan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan dan produknya dapat tetap bertahan dipasar yang nantinya akan menentukan sikap yang dilakukan oleh konsumen.

Adapun item-itemnya sebagai berikut :

- a. Membangun kesan percaya diri
- b. Memberi kesan modern
- c. Peduli kebutuhan konsumen
- d. Memberi kesan positif
- e. Dikenal masyarakat

b. Kualitas produk(X2)

Kualitas produk adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut.

Adapun item-itemnya sebagai berikut :

- a. Kenyamanan
- b. Keamanan produk
- c. Manfaat produk
- d. Sesuai dengan keinginan konsumen

- e. Daya tahan produk
- f. Memiliki berbagai macam produk

2. Variabel dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2009:16), variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini yang menjadi variabel Y (terikat) adalah Loyalitas Konsumenyaitu terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, membentuk suatu rekomendasi dari yang menguntungkan perusahaan dan terciptanya loyalitas pelanggan.

Adapun item-itemnya adalah sebagai berikut :

- a. Kesetiaan terhadap pembelian produk
- b. Merekomendasikan produk pada orang disekitar
- c. Pembelian produk dengan desain atau model terbaru
- d. Menyatakan hal-hal positif mengenai produk

3. Variabel Intervening (Z)

Variabel Intervening adalah “Variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen” Menurut Sugiyono (2016:39). Pada penelitian ini yang menjadi variabel intervening adalah Kepuasan Konsumen. Menurut (Philip Kotler, 2000) bahwa kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya.

Adapun item-itemnya sebagai berikut :

- a. Sesuai dengan harapan konsumen
- b. Kepuasan dalam membeli produk
- c. Kepuasan dalam menggunakan produk

3.5 Metode pengumpulan data

a. Kuesioner (angket)

Metode kuesioner (questionnaire) adalah daftar pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dan pertanyaan yang akan digunakan untuk mendapatkan data, baik yang dilakukan melalui telepon, surat atau bertatap muka (Ferdinand, 2011:30). Daftar pertanyaan tertulis yang akan diisi oleh responden yang terdiri dari pertanyaan tentang Kualitas Produk dan Brand Image untuk mengetahui sejauh mana atribut produk tersebut mempengaruhi kepuasan konsumen serta loyalitas pelanggan.

Metode pengukuran pada kuesioner ini menggunakan skala likert. Menurut Ghazali, (2011:47), skala likert adalah skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

1. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai = 1
2. Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi nilai = 2
3. Jawaban Netral (N) diberi nilai = 3
4. Jawaban Setuju (S) diberi nilai = 4
5. Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi nilai = 5

Skala Likert dikatakan ordinal karena pernyataan Sangat Setuju mempunyai tingkat atau preferensi yang “lebih tinggi” dari Setuju, dan Setuju “lebih tinggi” dari “netral”. Kuesioner pada penelitian ini ditujukan kepada konsumen produk sepatu Vans yang berada di Kota Malang. Dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

3.6 Metode analisis

Metode analisis data merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana variable yang mempengaruhi variabel lain agar data yang dikumpulkan tersebut dapat bermanfaat maka harus dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan pertimbangan dan pengambilan keputusan. Analisis dilakukan untuk mempermudah bagi pengguna data untuk memahami makna dari data tersebut sehingga dapat menginterpretasikannya sesuai dengan data yang telah dianalisis tersebut.

3.6.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel

Citra merek diukur dengan 4 butir pernyataan, hasil uji validitas semua butir dinyatakan valid; variabel kualitas produk diukur dengan 5 butir pernyataan, hasil uji validitas-nya semua butir dinyatakan valid; variabel kepuasan diukur dengan 3 butir pernyataan, hasil uji validitas-nya semua butir valid; variabel loyalitas yang merupakan dependen variabel, diukur dengan 3 butir pernyataan, hasil uji validitas-nya juga semua valid. Pengujian reliabilitas instrument dilakukan dengan cronbach's alpha dengan bantuan program spss 16.0, variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha $> 0,60$, sehingga uji reliabilitas dapat diterima. Hasil uji reliabilitas yang dilakukan, semua variabel citra merek, kualitas produk, kepuasan, dan loyalitas merek dikategorikan baik, karena semua $> 0,60$, sehingga dinyatakan reliabel.

3.6.2. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan pengujian statistik yang harus dipenuhi terlebih dahulu dalam analisis regresi linier. Model dalam penelitian ini harus bebas dari asumsi klasik, yaitu normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah sebagai berikut.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016:154). Untuk menguji normalitas residual, peneliti menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* (K-S). Uji K-S dilakukan dengan menggunakan hipotesis:

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)*. Jika tingkat signifikansinya $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sehingga dikatakan data residual berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang

baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2011:106). Model regresi yang bebas dari multikolinieritas adalah model yang memiliki nilai *tolerance* $\geq 0,01$ atau jika nilai *variance inflation factor* (VIF) ≤ 10 .

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2016:134). Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Cara yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini yaitu uji *glejser*. Uji *glejser* dilakukan dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen (Ghozali, 2016:137). Jika nilai probabilitas signifikansi dari variabel independen di atas tingkat kepercayaan 5%, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghozali, 2016:108). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Alat ukur yang digunakan untuk mendeteksi adanya autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW), dengan kriteria hasil: (1) bila nilai DW antara du dan $(4-du)$ berarti tidak terjadi autokorelasi, (2) bila $DW < dl$ berarti terjadi autokorelasi positif, (3) bila $DW > (4-dl)$ berarti terjadi autokorelasi negatif, (4) bila DW antara $(4-du)$ dan $(4-dl)$ berarti hasil tidak dapat disimpulkan.

3.7 Analisis jalur / Path Analysis (PA)

Analisis jalur (Path Analysis) dikembangkan oleh Sewall Wright (1934). Analisis jalur merupakan suatu metode penelitian yang utamanya digunakan untuk menguji kekuatan dari hubungan langsung dan tidak langsung variabel bebas (exogenous) terhadap variabel terikat (endogenous). Analisis jalur juga merupakan analisis regresi yang memiliki variabel antara atau mediating atau intervening. Di dalam penelitian ini variabel interveningnya adalah motivasi. Koefisien jalur adalah koefisien regresi standar (standardized regression) atau disebut juga beta (ρ) yang menunjukkan pengaruh langsung dari suatu variabel bebas terhadap variabel terikat (Sandjojo, 2014:11).

Analisis ini dibantu dengan bantuan software SPSS v16, dengan ketentuan uji F pada $\text{Alpha} = 0,05$ atau $p \leq 0,05$ sebagai taraf signifikansi F (sig. F) sedangkan untuk uji T taraf signifikansi $\text{Alpha} = 0,05$ atau $p \leq 0,05$ yang dimunculkan kode (sig. T) dimana hal tersebut digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh tidak langsung dari variabel bebas terhadap variabel terikat Sani dan Maharani (2013).

Pengaruh secara langsung terjadi apabila satu variabel mempengaruhi variabel lainnya tanpa ada variabel ketiga yang memediasi hubungan kedua variabel. Pengaruh tidak langsung terjadi jika ada variabel ketiga yang memediasi variabel ini.

Berbeda dengan korelasi dan regresi, analisis jalur mempelajari apakah hubungan yang terjadi disebabkan oleh pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel independen terhadap variabel dependen, mempelajari ketergantungan sejumlah variabel dalam suatu model (model kausal), dan menganalisis hubungan antar variabel dari model kausal yang telah dirumuskan oleh peneliti atas dasar pertimbangan teoritis. Melalui analisis jalur kita akan menguji seperangkat hipotesis kausal dan menginterpretasikan hubungan tersebut (langsung atau tidak langsung).

3.8 Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel Citra merek (X1), kualitas produk (X2), berpengaruh terhadap variabel Y (Loyalitas), Z (Kepuasan) secara terpisah atau parsial. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

Prosedur Uji Signifikansi (uji t) adalah sebagai berikut:

H₀: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara Citra Merek, Kualitas Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan sebagai variabel intervening.

H_a: Terdapat pengaruh signifikan antara pelatihan, lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan melalui motivasi sebagai variabel intervening

Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2005) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a) Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H₀ diterima dan H_a ditolak.
- b) Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H₀ ditolak dan H_a diterima.

Hipotesis Statistik:

H₀: $r = 0$

H_a: $r \neq 0$

b. Uji Signifikan Simultan (Uji-f)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Penggunaan tingkat signifikansinya beragam, tergantung keinginan peneliti, yaitu 0,01 (1%) ; 0,05 (5%) dan 0,10 (10%). Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. Sebagai contoh, kita menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05), jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Namun, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas dan variabel terikat. Uji F bisa dilakukan dengan bantuan *software* SPSS, apabila ingin mempelajari Langkah Uji F dengan *Software* SPSS 21.