

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang menunjukkan berpengaruh atau tidaknya suatu variabel dengan meneliti populasi atau sampel dengan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2019:16-17) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

#### **B. Sifat Penelitian**

Sifat penelitian ini adalah replikasi. Penelitian replikasi menurut Sugiyono (2017) penelitian replikasi adalah penelitian yang menjawab masalah yang sama, yang bertujuan menggugurkan teori yang digunakan di penelitian – penelitian sebelumnya dengan rancangan yang lebih valid, penelitian replikasi tidak dapat dihindari dan wajib dilakukan. Penelitian ini merupakan replikasi penelitian yang dilakukan oleh (Febriani et al., 2022), yang berjudul Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. Untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah membedakan objek penelitian, yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah

Masyarakat Desa Gempolan, Kec Sei Bambi yang menggunakan *body lotion* Nivea.

### C. Lokasi dan Periode Penelitian

#### 1. Lokasi penelitian

Lokasi yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah di Desa Gempolan, Kecamatan Sei Bambi Kabupaten Serdang Bedagai.

#### 2. Periode Penelitian

Waktu yang ditentukan untuk melakukan penelitian dimulai dari bulan Februari 2023 sampai dengan September 2023

### D. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian adalah masyarakat desa gempolan yang memakai *Body lotion* Nivea yang jumlahnya tidak diketahui.

#### 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian dengan untuk menentukan jumlah sample yang populasinya tidak

diketahui yaitu menggunakan rumus Cochran. Rumus adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

N = jumlah sampel penelitian yang diperlukan

$Z^2$  = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95% = 1,96

P = peluang benar 50%

q = peluang salah 50%

e = error atau kelonggaran ketidak telitian, biasanya ditoleransi sebesar 10%

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(10\%)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96$$

Sampel penelitian ini adalah sebanyak 96 orang masyarakat desa gempolan yang menggunakan *body lotion* Nivea.

### 3. Teknik Penentuan Besar Sampel

Pemilihan sampel penelitian ini ditentukan secara purposive sampling, teknik Purposive sampling menurut Sugiyono (2018:138) adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel yaitu Masyarakat Desa Gempolan Kec. Sei

Bamban yang memenuhi kriteria tertentu. Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu:

- a. Responden adalah konsumen yang sudah memakai *body lotion* Nivea lebih dari 3 kali.
- b. Responden adalah Masyarakat yang berusia minimal 13 tahun.
- c. Responden adalah Masyarakat yang memakai *body lotion* serta bertempat tinggal di Desa Gempolan Kec. Sei Bamban

#### **E. Sumber Data**

Data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2018) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama dari responden dengan cara memberikan angket berupa kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan dimana yang menjadi data primer dalam penelitian ini adalah Masyarakat Desa Gempolan yang menggunakan *body lotion* Nivea. Sedangkan data Sekunder diperoleh melalui internet atau beberapa website yang dapat memenuhi data yang dibutuhkan.

#### **F. Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang mengumpulkan data untuk keperluan penelitian ini, dengan memberikan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan variabel-variabel yang akan di uji dan terkait kepada produk, serta melakukan wawancara saat prasurvey.

Menurut Sugiyono (2019), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dari pengertian tersebut di atas dapat diketahui bahwa teknik pengumpulan data sangat erat hubungannya dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan.

Adapun teknik atau cara pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah Metode Angket atau Kuesioner. Kuisisioner yang dilakukan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2019) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Likert dapat disusun dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan, dan bentuk pilihan ganda atau tabel ceklis. Dalam pengukurannya, setiap responden diminta pendapatnya mengenai suatu pernyataan, dengan skala penilaian dari 1 sampai 5. Pada setiap jawaban akan diberi skor, skala ordinal menggunakan lima tingkat jawaban yang dapat di bentuk sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Skala Pengukuran**

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: dikelola oleh peneliti, 2023

Dalam penelitian ini, untuk memudahkan responden dalam menjawab kuesioner, maka skala penilaiannya sebagai berikut:

Skala 1 : Sangat tidak setuju

Skala 2 : Tidak setuju

Skala 3 : Ragu - ragu

Skala 4 : setuju

Skala 5 : sangat setuju

### G. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Defenisi oprasional dalam penelitian ini yang diukur yaitu kepuasan (Z), loyalitas pelanggan (Y) sebagai variabel terikat, *brand image* (X1), dan *Brand trust* (X2) sebagai variabel bebas.

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Defenisi	Indikator	Pengukuran Skala
<b>Loyalitas pelanggan (Y)</b>	Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.  (Sheth dan Mittal dalam Tjiptono dan Diana, 2019:298)	1. Melakukan pembelian ulang 2. Merekomendasikan kepada pihak lain 3. Tidak berniat untuk pindah 4. bicarakan hal-hal positif produk yang dibeli.  (Tjiptono (2011) dalam Robby, 2017:353)	Skala likert
<b>Kepuasan pelanggan (Z)</b>	Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspetasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas.  (Kotler dan Keller, 2018:138)	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan  (Indrasari, 2019)	Sekala likert
<b>Brand</b>	Citra merek merupakan	1. Keunggulan asosiasi	Skala likert

<b>image (X1)</b>	representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan bentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu.  (Firmansyah, 2019)	merek 2. Kekuatan asosiasi merek 3. Keunikan asosiasi merek  (Kotler dan Keller 2016)	
<b>Brand trust (X2)</b>	<i>Brand trust</i> atau kepercayaan pelanggan terhadap merek merupakan keinginan pelanggan untuk bersandar pada sebuah merek dengan resiko resiko yang dihadapi karena ekspektasi terhadap merek itu akan menyebabkan hasil yang positif.  (Lau dan Lee dalam Adiwijaya dan Tarigan, 2017)	1. <i>Brand Credibility</i> 2. <i>Brand Competence</i> 3. <i>Brand Goodness</i> 4. <i>Brand Reputation</i>  (Laksono & Suryadi (2020) dalam S Shelly, 2022)	Skala likert

Sumber: diolah peneliti, 2023

#### H. Metode Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2015) metode analisis data berkenaan dengan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan pengujian hipotesis yang diajukan. Setelah data dikumpulkan, kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan teknik pengelolaan data. Analisis data merupakan salah satu kegiatan penelitian berupa proses penyusunan dan pengelolaan data guna

menafsirkan data yang telah diperoleh. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang tercantum dalam identifikasi masalah. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis statistic dengan menggunakan *software* SPSS.

Menurut (Sugiyono, 2018) Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji validitas

Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur ketepatan alat ukur melakukan tugas untuk mencapai sasarannya.

1) Jika  $r_{hitung} > r_{table}$  maka pertanyaan tersebut valid

2) Jika  $r_{hitung} < r_{table}$  maka pertanyaan tersebut tidak valid.

#### b. Uji reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat kehandalan suatu instrument penelitian. Instrumen yang reliable adalah instrument yang apabila digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reabilitas akan menunjukkan



kosistensi dari pertanyaan jawaban responden yang terdapat pada kuisioner. Uji ini dilakukan setelah validitas yang diuji merupakan pertanyaan yang sudah valid. Uji reabilitas ini menggunakan uji *Cronbach Alpha*.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian regresi linier berganda dapat dilakukan setelah model dari penelitian ini memenuhi syarat-syarat yaitu lolos dari asumsi klasik. Syarat-syarat yang harus di penuhi adalah data tersebut harus terdistribusikan secara normal, tidak mengandung multikoloniaritas, dan heterokidastisitas. Untuk itu sebelum melakukan pengujian regresi linier berganda perlu dilakukan lebih dahulu pengujian asumsi klasik. Uji asumsi klasik tersebut terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas.

### a. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2016), uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data terdistribusi normal.

Sedangkan jika hasil *One Sample Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data tidak terdistribusi normal. Selain itu, uji normalitas juga dapat dilakukan dengan melakukan analisis grafik normal *Probability Plot* dan Grafik Histogram. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas menurut (Ghozali, 2016), sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan / atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2016), pengujian multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pengujian multikolinieritas adalah pengujian yang mempunyai tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Efek dari multikolinieritas ini adalah menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Hal tersebut berarti standar *error*

besar, akibatnya ketika koefisien diuji, t-hitung akan bernilai kecil dari t-tabel.

Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan linear antara variabel independen yang dipengaruhi dengan variabel dependen. Untuk menemukan ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/\text{tolerance}$ ) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2016), Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *Variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen. Menurut (Ghozali, 2016), dasar analisis untuk menentukan ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian

menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas,

- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda di gunakan untuk mengukur pengaruh anatara lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui pengaruh variabel – variabel bebas tersebut, digunakan rumus :

$$Z = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \text{ (Persamaan 1)}$$

$$Y_2 = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 Z + e \text{ (Persamaan 2)}$$

Keterangan :

- Z = Kepuasan pelanggan
- Y = Loyalitas pelanggan
- B1 = Koefisiensi Regresi dari *brand image*
- $\beta_2$  = Koefisiensi Regresi dari *brand trust*
- X1 = *Brand image*
- X2 = *Brand trust*
- E = Standart Error

### 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan kata lain nilai koefisien determinan digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel yang diteliti X dan Y sebagai variabel terikatnya. Semakin besar nilai koefisien determinasi maka semakin baik kemampuan variabel X

menerangkan variabel Y. Jika determinasi ( $R^2$ ) semakin besar (mendekati 1), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel X adalah besar terhadap variabel Y, berikut rumus koefisien determinasi :

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

Keterangan :

KD = nilai koefisien determinasi

$r^2$  = nilai koefisien korelasi

Hal ini menunjukkan model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Hal ini menunjukkan bahwa model yang digunakan semakin tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

## I. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang harus diuji. Pengujian itu bertujuan untuk membuktikan apakah hipotesis diterima atau ditolak. Hipotesis berfungsi sebagai kerangka kerja bagi peneliti, memberi arah kerja, dan mempermudah dalam penyusunan laporan penelitian. Uji hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

### 1. Uji T-Statistic

Menurut Ghozali (2016:97) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Alat uji yang digunakan adalah T-statistic. Menurut (Sugiyono, 2015), menggunakan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai uji t

r = Koefisien korelasi pearson

r<sup>2</sup> = Koefisien determinasi

n = jumlah sampel

Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut: Ho diterima jika nilai hitung statistik uji (t-hitung) berada di daerah penerimaan Ho, dimana  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$  atau nilai sig  $> \alpha$

## 2. Uji Analisis Jalur

Uji analisis jalur atau path analisis berfungsi untuk menguji pengaruh variabel intervening atau mediasi. Hasil dari uji analisis digunakan untuk membandingkan pengaruh mana yang lebih besar antara pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung, sehingga mengetahui adanya variabel mediasi yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh independen terhadap dependen (Ghoali, 2018). Uji analisis jalur dalam aplikasi SPSS dihitung dengan cara perhitungan koefisien jalur. Koefisien jalur merupakan standarize dari koefisien regresi. Koefisien jalur dihitung dengan membuat dua persamaan struktural yaitu persamaan regresi yang menunjukkan hubungan

TEBING TINGGI