

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

##### 1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif karena tujuan penelitian adalah untuk membuktikan hipotesis dengan menggunakan instrumen penelitian. Penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang digunakan peneliti untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengambilan sampel yang umumnya dilakukan secara random. Sehingga pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>1</sup>

##### 2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian di Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 ini yaitu penelitian secara asosiatif. Dimana pengertian penelitian secara asosiatif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lainnya. Dalam penelitian

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2016), hal.

ini yaitu hubungan antara biaya promosi, biaya tenaga kerja, dan biaya produksi terhadap volume penjualan. Dengan penelitian ini maka dapat dibangun teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.<sup>2</sup>

Untuk mengetahui hubungan yang bersifat kausal (sebab akibat) antara variabel independen (selera, harga, kualitas produk, promosi penjualan) dengan variabel dependen (loyalitas konsumen) yaitu dengan menggunakan proses penganalisaan data yang berupa data kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dimana variabel terikatnya yaitu loyalitas konsumen (Y) dihubungkan dengan variabel bebas yaitu selera (X1), harga (X2), kualitas produk (X3) dan promosi penjualan (X4) tetap masih menunjukkan diagram hubungan linier.

Dalam judul penelitian ini, peneliti menjelaskan apakah ada pengaruh antara selera, harga, kualitas produk, dan promosi penjualan terhadap loyalitas konsumen di Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung.

## **B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

---

<sup>2</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 7

Populasi menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>3</sup>

Populasi penelitian yang didasarkan pada objek penelitian merupakan suatu atribut, data yang memiliki karakteristik tertentu dan variasi tertentu yang telah ditetapkan peneliti sehingga mudah untuk dikumpulkan, dianalisis dan diambil kesimpulan dari atribut atau data tersebut. Untuk lebih fokus dalam melakukan penelitian, maka peneliti harus mempertimbangkan cakupan area atau wilayah populasi penelitian. Semakin luas cakupan wilayah populasi penelitian, maka biaya, waktu, dan tenaga yang dikeluarkan semakin besar. Peneliti juga harus mampu melakukan pemetaan wilayah populasi, sehingga pengambilan sampel penelitian yang relatif jumlahnya sedikit mampu mewakili jumlah populasi yang besar.<sup>4</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk kecap manis cap 2000 yang berada di Dusun Ringinputih RT 01 RW 01 yang berjumlah 70 KK dan RT 02 RW 01 yang berjumlah 60 KK sebagai responden dalam penelitian ini karena dianggap paling berpotensi melakukan

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 80

<sup>4</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. 11

pembelian kecap purnama KD cap 2000 dibandingkan dengan masyarakat di kelurahan lainnya.

## 2. Sampling Penelitian

Teknik sampling bisa disebut sebagai teknik pengambilan sampel. Penelitian yang memiliki wilayah populasi yang besar, tentunya akan mempersulit peneliti dalam pengambilan data sehingga diperlukan teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel harus dilakukan dengan tepat dan dapat mewakili atau representatif bagi populasi tersebut.<sup>5</sup>

Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil adalah seluruh konsumen yang menggunakan produk kecap manis KD cap 2000 yang berada di Dusun Ringinputih RT 01 RW 01 yang berjumlah 70 KK dan Dusun Ringinpitu RT 03 RW 01 yang berjumlah 60 KK. Sehingga jumlah keseluruhan responden yaitu 130 populasi sampel. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode sampel jenuh. Dimana metode sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan menjadi sampel.<sup>6</sup>

## 3. Sampel Penelitian

---

<sup>5</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. 12

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal.

Sampel penelitian adalah bagian yang memberikan gambaran secara umum dari populasi dan diteliti secara rinci atau dapat dikatakan sebuah miniatur dari populasi.<sup>7</sup> Meskipun demikian sampel tidak selalu dapat menggambarkan populasi secara sempurna. Selalu saja ada distorsi, walaupun sampel tersebut telah diupayakan untuk ditentukan atau diambil sistematis mungkin.<sup>8</sup> Sampel penelitian memiliki karakteristik yang sama tau hampir sama dengan karakteristik populasi, sehingga sampel yang digunakan dapat mewakili populasi yang diamati. Sedangkan menurut Sugiyono, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah dengan metode sensus berdasarkan pada ketentuan yang dikemukakan oleh Sugiyono yang menyatakan bahwa sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain dari sampel jenuh adalah sensus.

Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sampel jenuh. Metode sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan menjadi sampel.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 81

<sup>8</sup> Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hal. 15

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal.

## C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

### 1. Sumber Data

Menurut Siregar, data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta.

#### a. Data Primer

Data primer memiliki arti data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui kegiatan observasi, wawancara, kuesioner atau cara lainnya. Data primer memerlukan pengolahan data lebih lanjut agar data tersebut memiliki makna. Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan data dari penyebaran kuesioner yang bersumber pada responden yang berjumlah 130 orang yang merupakan konsumen kecap manis KD cap 2000.<sup>10</sup>

#### b. Data Sekunder

Data sekunder memiliki arti data yang diperoleh secara tidak langsung dan diperoleh dari pihak yang telah mengumpulkan data tersebut. Data sekunder merupakan data jadi dan peneliti tidak memerlukan

---

<sup>10</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013), hal. 45

pengolahan data untuk memaknai data tersebut.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah buku, artikel, literatur, jurnal, dan internet yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

## 2. Variabel Penelitian

Variabel adalah karakteristik dari orang, objek, atau kejadian yang berbeda dalam nilai-nilai yang dijumpai pada orang, objek, atau kejadian itu. Atau variabel penelitian yaitu suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>12</sup>

### a. Variabel bebas atau variabel independen

Variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan dari variabel terikat. Sedangkan Indriantoro dan Supomo menjelaskan bahwa variabel independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lainnya. Variabel independen (X) yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu

- 1) Selera (X1) : variabel ini diukur dengan menggunakan indikator produk yang bervariasi, pelanggan puas akan produk, dan senang saat memakai produk..

---

<sup>11</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. 27

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 38

- 2) Harga (X2) : variabel ini diukur dengan menggunakan indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa, dan daya saing harga.
  - 3) Kualitas produk (X3) : variabel ini diukur dengan menggunakan indikator karakteristik mutu produk dalam menjalankan fungsi utamanya dari sudut pandang pengguna.
  - 4) Promosi penjualan (X4) : variabel ini diukur dengan menggunakan indikator periklanan, penjualan pribadi, dan hubungan masyarakat.
- b. Variabel terikat atau variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel bebas. Sedangkan Indriantoro dan Supomo menjelaskan bahwa variabel dependen adalah tipe variabel yang menjeaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen.<sup>13</sup> Variabel dependen (Y) yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu loyalitas konsumen (Y). Variabel ini diukur dengan menggunakan indikator *repeat purchase* (kesetiaan terhadap pembelian produk), *retention* (ketahanan terhadap pengaruh negatif), dan *referalls* (merefereasikan secara total esistensi perusahaan).
3. Skala pengukuran

Dalam pengukuran skala ini, yang digunakan oleh peneliti adalah skala likert. Dimana skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan

---

<sup>13</sup> Nur Indiantoro dan Supomo, *Metode Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 2001), hal. 63

persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dalam skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.<sup>14</sup>

Untuk pengukuran penelitian ini digunakan 5 alternatif jawaban “Sangat Setuju”, “Setuju”, “Netral”, “Tidak Setuju”, dan “Sangat Tidak Setuju” dengan memberikan poin sebagai berikut:

Tabel 3.1

## Pedoman Nilai Jawaban Kuisisioner

No.	Simbol / Keterangan	Poin
1.	STS / Sangat Tidak Setuju	1
2.	TS / Tidak Setuju	2
3.	N / Netral	3
4.	S / Setuju	4
5.	SS / Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta 2016.

#### D. Definisi Operasional Variabel

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 94

**X<sub>1</sub>. Selera****X<sub>1.1</sub> Produk yang bervariasi**

X<sub>1.1.1</sub> Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung memiliki beberapa varian produk

X<sub>1.1.2</sub> Varian botol kecap KD cap 2000 ada dua macam memudahkan dalam pembelian

**X<sub>1.2</sub> Pelanggan puas akan produk**

X<sub>1.2.1</sub> Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung mudah dijumpai

X<sub>1.2.2</sub> Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung mengedepankan kualitas produk

**X<sub>1.3</sub> Senang saat memakai produk**

X<sub>1.3.1</sub> Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung memberikan bahan yang berkualitas dalam pembuatannya

X<sub>1.3.2</sub> Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung memberikan cita rasa yang tidak kalah dengan produk dengan merek yang terkenal

**X<sub>2</sub>. Harga**

**X<sub>2.1</sub> Keterjangkauan harga**

X<sub>2.1.1</sub> Harga Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung terjangkau bagi konsumen

X<sub>2.1.2</sub> Harga Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung ekonomis bagi konsumen

**X<sub>2.2</sub> Kesesuaian harga**

X<sub>2.2.1</sub> Harga kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung sesuai dengan kualitas produksinya

X<sub>2.2.2</sub> Harga Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung sesuai dengan produk yang didapatkan

**X<sub>2.3</sub> Daya saing harga**

X<sub>2.3.1</sub> Harga Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung tidak kalah dengan merek terkenal

X<sub>2.3.2</sub> Produk kecap KD cap 2000 memiliki harga terjangkau dengan kualitas yang baik

**X<sub>3</sub> Kualitas Produk****X<sub>3.1</sub> Estetika (*Aesthetis*)**

X<sub>3.1.1</sub> Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung memiliki beberapa jenis kemasan sesuai yang dibutuhkan konsumen

X<sub>3.1.2</sub> Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung memiliki penampilan dalam segi kemasan

### **X<sub>3.2</sub> Daya tahan (*Durability*)**

X<sub>3.2.1</sub> Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung memiliki aroma yang tidak berbau

X<sub>3.2.2</sub> Produk kecap KD cap 2000 tidak mengkristal walaupun digunakan lama

### **X<sub>3.3</sub> Kehandalan (*Reliability*)**

X<sub>3.3.1</sub> Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung dibuat dengan tekstur kental pada produknya

X<sub>3.3.2</sub> Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung memiliki rasa enak

## **X<sub>4</sub>. Promosi Penjualan**

### **X<sub>4.1</sub> Periklanan**

X<sub>4.1.1</sub> Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung menggunakan promosi dengan memasang banner di warung

X<sub>4.1.2</sub> Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung melakukan promosi produk dengan mensponsori tiap event

#### **X<sub>4.2</sub> Penjualan Pribadi**

X<sub>4.2.1</sub> Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung memiliki produk nama baik dimata konsumen

X<sub>4.2.2</sub> Produk kecap purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung mudah ditemukan

#### **X<sub>4.3</sub> Hubungan masyarakat**

X<sub>4.3.1</sub> Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung suka memberikan diskon kepada konsumen

X<sub>4.3.2</sub> Produk kecap KD cap 2000 sangat diminati oleh konsumen

#### **Y<sub>1</sub>. Loyalitas Konsumen**

##### **Y<sub>1.1</sub> Kesetiaan terhadap pembelian produk**

Y<sub>1.1.1</sub> Kualitas kecap purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung sesuai apa yang diinginkan konsumen

Y<sub>1.1.2</sub> Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung memberikan produk yang disukai konsumen

### **Y<sub>1.2</sub> Ketahanan terhadap pengaruh negatif**

Y<sub>1.2.1</sub> Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung memiliki kualitas yang tidak kalah dengan produk lain

Y<sub>1.2.2</sub> Tidak ada isu tentang produk kecap KD cap 2000 yang memakai bahan berbahaya

### **Y<sub>1.3</sub> Mereferensikan produk**

Y<sub>1.3.1</sub> Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung meyakinkan konsumen akan produk

Y<sub>1.3.1</sub> Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung memberikan kualitas yang baik sehingga banyak konsumen yang setia.

## **E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

### 1. Teknik pengumpulan

Teknik pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.<sup>15</sup> Dalam teknik pengumpulan data dari penelitian pengaruh selera, harga, kualitas produk, dan promosi penjualan terhadap loyalitas konsumen ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

---

<sup>15</sup> Ahmad Tanzeh, *Metodologi Statistik*, (Bandung: Tarsito, 2011), hal. 8

a. Observasi

Observasi yaitu penulis melakukan pengamatan langsung dilapangan yang kompleks untuk mendapatkan gambaran secara nyata yang tersusun baik terhadap subjek maupun objek penelitian<sup>16</sup>. Penelitian ini dilakukan oleh peneliti langsung di Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000.

b. Kuesioner

Kuesioner (angket) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab yang dapat dibuat dalam bentuk konvensional (cetak) atau dalam bentuk online (misalnya google form). Dalam penelitian ini kuesioner akan dibagikan secara langsung oleh penulis kepada responden konsumen kecap manis KD cap 2000 yaitu masyarakat yang berada di Dusun Ringinputih Desa Ringinpitu Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung.

2. Instrumen penelitian

Penelitian pada dasarnya merupakan upaya pengukuran, maka alat ukur dalam penelitian disebut instrument penelitian. Sehingga instrument penelitian merupakan piranti peneliti mengukur fenomena alam maupun sosial yang menjadi faktor peneliti, yang secara spesifik semua fenomena ini disebut

---

<sup>16</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 145

variabel. Walaupun instrumen-instrumen penelitian sudah banyak tersedia, dibakukan dan teruji validitas dan reliabilitasnya tetapi adakalanya bila digunakan untuk tempat tertentu dan waktu tertentu belum tentu tepat bahkan boleh jadi tidak valid dan reliable lagi, maka peneliti sering menyusun sendiri instrument penelitian dan menguji validitas dan reliabilitasnya.<sup>17</sup>

**Tabel 3.2**

**Kisi-Kisi Instrumen Penelitian**

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Item
Selera (X1)	Produk yang bervariasi	Saya membeli produk kecap manis KD Cap 2000 karena memiliki beberapa varian sesuai yang saya butuhkan	1
		Saya membeli produk kecap manis KD Cap 2000 karena varian botol ada 2 macam	2
	Pelanggan akan puas	Saya memang benar-benar menyukai produk kecap manis KD Cap 2000 sehingga saya membeli.	3
		Saya puas dengan produk kecap manis KD Cap 2000 karena mudah ditemukan.	4
	Senang saat memakai produk	Saya membeli produk kecap manis KD Cap 2000 karena terbukti dari kualitas produksinya.	5
		Saya senang menggunakan produk kecap manis KD Cap 2000 karena sesuai dengan selera.	6
Harga (X2)	Keterjangkauan harga	Saya bersedia membeli produk kecap manis KD Cap 2000 dengan harga yang sudah ditawarkan.	7
		Saya membeli produk kecap manis KD Cap 2000 karena daya beli harga terjangkau.	8
	Kesesuaian harga	Harga produk kecap manis KD Cap 2000 sesuai dengan kualitas.	9

<sup>17</sup> Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018), hal. 30

		Harga produk kecap manis KD Cap 2000 sesuai dengan manfaat yang saya terima.	10
	Daya saing harga	Harga produk kecap manis KD Cap 2000 bersaing dengan merek lain.	11
		Produk kecap manis KD cap 2000 memiliki harga yang terjangkau dengan kualitas baik	12
Kualitas Produk (X3)	Estetika	Kemasan yang beraneka jenis memudahkan dalam kebutuhan.	13
		Penampilan produk kecap manis KD Cap 2000 sangat menarik perhatian.	14
	Daya tahan	Aroma produk kecap manis KD Cap 2000 tidak berbau	15
		Produk kecap manis KD cap 2000 tidak mengkristal walaupun digunakan lama	16
	Kehandalan	Warna produk kecap manis KD Cap 2000 hitam pekat dan kental	17
		Rasa produk kecap manis KD Cap 2000 tidak kalah dengan merek lainnya	18
Promosi Penjualan (X4)	Periklanan	Saya tertarik dengan produk kecap manis KD Cap 2000 saat melihat banner di warung	19
		Saya membeli produk kecap manis KD Cap 2000 karena mencoba terlebih dahulu	20
	Penjualan Pribadi	Merek kecap manis KD Cap 2000 cukup terkenal dengan merek lain	21
		Produk kecap manis KD Cap 2000 banyak ditemui ditoko terdekat	22
	Hubungan Masyarakat	Bila membeli produk kecap manis KD Cap 2000 secara langsung dipabrik mendapat potongan harga	23
		Produk kecap manis KD cap 2000 sangat diminati oleh masyarakat	24
Loyalitas Konsumen (Y)	Kesetiaan terhadap pembelian produk	Saya sudah berulang kali membeli produk kecap manis KD Cap 2000	25
		Saya lebih mengutamakan produk kecap manis KD Cap 2000 daripada produk lainnya	26
	Ketahanan terhadap pengaruh negatif	Saya akan tetap setia terhadap produk kecap manis KD Cap 2000 walaupun bermunculan produk pesaing dengan harga yang menarik	27
		Tidak ada isu tentang produk kecap manis KD cap 2000 yang memakai	28

		bahan berbahaya	
	Mereferensikan Produk	Saya berusaha mengajak orang lain untuk membeli produk kecap manis KD Cap 2000	29
		Saya berusaha merekomendasikan produk kecap manis KD Cap 2000 ke orang lain	30

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Keabsahan Data

#### a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Dengan kata lain, mampu memperoleh data yang tepat dan variabel yang diteliti.<sup>18</sup>

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil  $r_{hitung}$  kita bandingkan dengan  $r_{tabel}$  dimana  $df=n-2$  dengan sig 5%. Jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka valid.

#### b. Uji Reabilitas

---

<sup>18</sup> Bilson Simamora, *Riset Pemasaran Falsafah, Teori, dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), hal. 177

Reabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk- konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner. Uji reabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai  $\text{Alfa} > 0,5$  maka reliabel.<sup>19</sup>

## 2. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas merupakan teknik membangun persamaan garis lurus untuk membuat penafsiran, agar penafsiran tersebut tepat maka persamaan yang digunakan untuk menafsirkan juga harus tepat. Uji normalitas data juga diartikan sebagai suatu jenis uji statistik untuk menentukan apakah suatu populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji ini penting dilakukan karena seringkali sebelum melakukan pengilahan data pada suatu pengamatan populasi, banyak peneliti mengasumsikan bahwa populasi yang diamati tersebut berdistribusi normal.<sup>20</sup>

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Berdasarkan definisi tersebut maka tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak.

---

<sup>19</sup> Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hal. 192

<sup>20</sup> Dermawan Wibisono, *Riset Bisnis Panduan bagi Praktisi dan Akademisi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal. 145

Dalam melakukan uji normalitas data, dapat menggunakan pendekatan *Kolmogorow-Smirnov*. Untuk kriteria pengambilan keputusan dengan pendekatan *Kolmogorow-Smirnov* adalah sebagai

- a. Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas  $< 0,05$  distribusi data adalah tidak normal.
  - b. Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas  $> 0,05$  distribusi data adalah normal.<sup>21</sup>
3. Uji Asumsi Klasik
- a. Uji Multikolinieritas

Pengujian terhadap multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas itu saling berkorelasi. Jika hal ini terjadi maka sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Diantara variabel independent terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan.

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas. Jika VIF yang dihasilkan di antara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas. VIF disini maksudnya adalah suatu estimasi

---

<sup>21</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. 137

berapa besar multikolinieritas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas. VIF yang tinggi menunjukkan bahwa multikolinieritas telah menaikkan sedikit pada koefisien estimasi, akibatnya dapat menurunkan nilai.<sup>22</sup>

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas, pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* dari pada *time series*. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot* model tersebut dan dengan melakukan uji Glejser. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika :

- 1) Penyebaran titik- titik data sebaiknya tidak berpola.
- 2) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekar angka 0.
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.<sup>23</sup>

#### 4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas.

Persamaan untuk regresi berganda adalah sebagai berikut:

---

<sup>22</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. hal. 185

<sup>23</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. 139

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y : Variabel dependen (loyalitas konsumen)

A : Konstanta

X1 : Variabel independen (selera)

X2 : Variabel independen (harga)

X3 : Variabel independen (kualitas produk)

X4 : Variabel independen (promosi penjualan)

E : Error term (variabel pengganggu)

$b_1, b_2, b_n$  : Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependent yang didasarkan pada perubahan variabel independent. Apabila (+) maka terjadi kenaikan, dan apabila (-) maka terjadi penurunan.<sup>24</sup>

## 5. Uji Hipotesis

Pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji statistik yang didukung oleh uji ekonometrika, yakni sebagai berikut:

### a. Uji T (T-test)

Untuk mengetahui keterandalan serta kemaknaan dari nilai koefisien regresi, sehingga dapat diketahui apakah pengaruh variabel selera (X1),

---

<sup>24</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. 140

harga (X2), kualitas produk (X3) , promosi penjualan (X4) terhadap loyalitas konsumen (Y) signifikan atau tidak. Kriteria pengujian yang digunakan yakni sebagai berikut:

- 1) Apabila  $p < 0,05$  maka  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila  $p > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen<sup>25</sup>.

b. Uji F (F-test)

F- test digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara variabel selera, harga, kualitas produk, dan promosi penjualan terhadap loyalitas konsumen.

- 1) Apabila nilai probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara variabel X terhadap variabel Y.
- 2) Apabila nilai probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan secara simultan antara variabel X terhadap variabel Y.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> *Ibid...*, hal. 310

---

<sup>26</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. 313