

BAB III

METODE PENELITIAN

A. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data. Metode penelitian pada dasarnya ialah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang memiliki tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis (Sugiyono, 2014). Jadi dapat disimpulkan bahwa metode penelitian ialah suatu cara yang ilmiah digunakan untuk memperoleh data penelitian.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan peneliti adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Analisis dalam penelitian kuantitatif bersifat statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis.²⁰ Metode penelitian kuantitatif tepat digunakan untuk mengkaji rumusan masalah dalam penelitian ini. Pada penelitian ini fokus peneliti yaitu “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan *Content Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen”.

²⁰ Syaiful Bahri, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI, 2018), hal. 10

B. POPULASI, SAMPLING, DAN SAMPLE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang memenuhi karakteristik tertentu yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan.²¹ Menurut Sugiyono (2011), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang kemudian ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen UMKM Olahan Kelor Nya'Oemi Kota Mojokerto.

2. Sampling dan Sampel Penelitian

a. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Suharsimi Arikunto, 2010). Sampel pada penelitian ini adalah konsumen UMKM Olahan Kelor Nya'Oemi Kota Mojokerto.

Ukuran populasi dalam penelitian sangat banyak dan jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti, maka besar sampel yang digunakan menurut Purba (dalam Sujarweni, 2015) menggunakan rumus:

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

²¹ Syaiful Bahri, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI, 2018), hal. 49

$Z =$ Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

$Moe =$ Margin of error (tingkat kesalahan maksimum adalah 10%)

Dari perhitungan rumus tersebut, dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil perhitungan tersebut, diperoleh hasil sebesar 96,04 yang dibulatkan menjadi 100. Jadi, jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

b. Sampling

Sampling merupakan teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel. Menurut Sugiyono (2016), ada dua teknik sampling yang dapat digunakan yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling* dan *sampling area*. Sedangkan *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi *systematic*

sampling, quota sampling, accidental sampling, purposive sampling, sampling jenuh, dan snowball sampling.

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu (Jogiyanto, 2014). Teknik ini tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama untuk setiap anggota populasi yang bisa dipilih menjadi sampel. Teknik ini biasanya dilakukan karena beberapa pertimbangan seperti pengambilan sampel didasarkan atas ciri-ciri, kriteria dan karakteristik tertentu yang merupakan ciri-ciri pokok dari populasi.

Kriteria sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Pria dan wanita yang pernah membeli produk UMKM Olahan Kelor Nya'Oemi
- 2) Berusia minimal 17 tahun. Hal itu karena pada usia tersebut sudah dapat berfikir secara logis dan mampu mengambil keputusan.

C. SUMBER DATA, VARIABEL, DAN SKALA PENGUKURAN

1. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli dan tidak melalui perantara. Pengambilan data dilakukan secara langsung oleh peneliti guna menjawab pertanyaan dan pernyataan penelitian.²²

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui perantara (secara tidak langsung), berasal dari data yang telah tersedia. Data sekunder berupa dokumentasi perusahaan baik yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan sumber data primer. Di tahap ini penulis berusaha untuk memperoleh berbagai data dan informasi dari situs-situs yang berhubungan dengan penelitian terkait. Sehingga memudahkan dalam bekerja, kemudian mempelajari, menelaah data-data yang telah diperoleh dari berbagai sumber di halaman internet.

2. Variabel Penelitian

Variabel merupakan sesuatu yang bernilai dan dapat diukur guna untuk dipelajari sehingga peneliti mendapatkan informasi yang

²² Syaiful Bahri, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI, 2018), hal. 81

selanjutnya ditarik sebuah kesimpulan. Dalam penelitian ini, variabel penelitiannya antara lain.

a. Variabel Bebas (*Independent*)

Menurut Sugiyono (2015), variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yang diteliti, yaitu citra merek (X1), kualitas produk (X2), dan *content marketing* (X3).

b. Variabel Terikat (*Dependent*)

Menurut Sugiyono (2016), variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini yaitu loyalitas konsumen (Y).

Operasionalisasi variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat.

3. Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran

akan menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif.

Dalam penelitian ini, skala pengukuran variabel yang digunakan adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2017). Pertanyaan-pertanyaan yang ada di dalam kuisioner memiliki lima alternatif jawaban yang masing-masing diberi skor 1 sampai 5, yaitu:

Tabel 3.1

Skala *likert*

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA DAN INSTRUMEN PENELITIAN

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara.

1) Angket (Kuesioner)

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat dikirim secara langsung maupun tidak langsung kepada responden. Berdasarkan bentuk pertanyaannya, kuesioner dapat dikategorikan dalam dua jenis yakni kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka adalah kuesioner yang memberikan kebebasan kepada objek penelitian untuk menjawab. Sementara itu, kuesioner tertutup adalah kuesioner yang telah menyediakan pilihan jawaban untuk dipilih oleh objek penelitian. Seiring dengan perkembangan, beberapa penelitian saat ini juga menerapkan metode kuesioner yang memiliki bentuk semi terbuka. Dalam bentuk ini, pilihan jawaban telah diberikan oleh peneliti, namun objek penelitian tetap diberi kesempatan untuk menjawab sesuai dengan kemauan mereka.²³

2) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak ditujukan langsung kepada subjek penelitian, serta dokumen yang diteliti dapat berbagai jenis tidak hanya dokumen resmi namun dapat berupa buku harian surat pribadi, laporan,

²³ Syaiful Bahri, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI, 2018), hal. 92-94

notulen rapat, dan dokumen-dokumen lainnya. Dokumen penelitian dapat berupa data internal dan data eksternal. Data internal merupakan dokumen yang dikumpulkan, dicatat, dan disimpan oleh objek penelitian. Sedangkan data eksternal merupakan data yang disusun oleh suatu entitas di luar objek penelitian.²⁴

3) Observasi

Observasi merupakan pengumpulan data dengan melakukan pencatatan atas perilaku seseorang, hewan, benda, atau peristiwa dengan pengamatan secara langsung dan tanpa melalui proses pertanyaan. Proses pengumpulan data melalui observasi dikelompokkan menjadi dua, yaitu observasi langsung dan observasi tidak langsung. Observasi langsung merupakan teknik pengumpulan data oleh peneliti dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian. Observasi tidak langsung merupakan teknik pengumpulan data oleh peneliti dengan melakukan pengamatan menggunakan bantuan peralatan mekanik terhadap objek penelitian misalnya berupa kamera, video, dan sebagainya.²⁵

²⁴ Syaiful Bahri, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI, 2018), hal. 85-87

²⁵ *Ibid.*, hal. 103

4) Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan kepada objek penelitian. Hasil dari wawancara tersebut dicatat dan digunakan sebagai data penelitian. Wawancara terbagi menjadi dua kategori, yaitu wawancara tatap muka dan wawancara lewat alat bantu. Metode pengumpulan data wawancara tatap muka yaitu peneliti umumnya mengajukan beberapa pertanyaan dan mencatat tanggapan responden dan mengumpulkan informasi secara langsung dari responden. Sedangkan wawancara lewat alat bantu ialah proses wawancara yang dilakukan secara tidak langsung dengan responden.²⁶

Pada penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, dengan mengirimkan daftar pertanyaan untuk di jawab dan diberikan pendapat oleh responden.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur suatu fenomena yang sedang diamati. Fenomena disebut juga sebagai variabel penelitian. Dari variabel-variabel tersebut diberikan definisi operasional dan kemudian ditentukan indikator yang akan diukur. Indikator-indikator tersebut dijabarkan menjadi pernyataan atau

²⁶ Syaiful Bahri, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI, 2018), hal. 89

pertanyaan. Untuk memudahkan penyusunan instrumen, maka perlu digunakan kisi-kisi instrumen.

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian

No	Variabel	Dimensi Pengukuran Variabel	Indikator
1	Citra Merek (Freddy Rangkuti, 2009)	<i>Recognition</i>	Mudah dikenal
		<i>Affinity</i>	Mudah diingat
		<i>Reputation</i>	Reputasi yang baik
2	Kualitas Produk (Kotler, 1995)	Rasa	Kelezatan
		Fitur produk	Varian rasa
		Daya tahan kemasan	Kemasan
3	<i>Content Marketing</i> (Karr, 2016)	<i>Reader Cognition</i>	Mudah di pahami
		<i>Sharing motivation</i>	Bernilai dan mengedukasi
		<i>Persuasion</i>	Dapat dipercaya
		<i>Decision making</i>	Memotivasi
		<i>Factors</i>	Bermanfaat
4	Loyalitas Konsumen (Kotler & Keller, 2006)	<i>Repeat Purchase</i>	Pembelian Ulang
		<i>Referalls</i>	Merekomendasikan
		<i>Retention</i>	Tidak memilih produk lain

E. TEKNIK ANALISIS DATA

Dalam penelitian kuantitatif, 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 variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.²⁷ Analisis data merupakan tahapan pengolahan data. Data yang dikumpulkan akan dianalisis sesuai teknik dengan teknik analisis data yang digunakan pada penelitian tersebut. Sebelum proses analisis data dilakukan, terdapat tahapan awal yang harus dilakukan, yaitu:²⁸

1. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Editing merupakan proses pengecekan data penelitian, apakah terdapat data yang tidak lengkap atau meragukan

2. Pemberian Kode (*Coding*)

Coding merupakan pemberian kode pada tiap data atau mengubah data yang berbentuk huruf menjadi data yang berbentuk angka. *Coding* berguna untuk mempermudah analisis data dan mempercepat proses *entry* data

3. Tabulasi

Tabulasi merupakan proses memasukkan data yang sudah dikelompokkan ke dalam tabel-tabel supaya mudah dipahami

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 199

²⁸ Syaiful Bahri, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI, 2018), hal. 155

4. Pengecekan Data Akhir

Sebelum analisis data dilakukan, terlebih dahulu pengecekan data akhir pada data yang telah di tabulasi.

a. Uji Kualitas Data

Kualitas data akan mempengaruhi kualitas hasil penelitian, sehingga alat pengumpulan data yang dipakai harus memenuhi kriteria keabsahan data atau *goodness of data*. Terdapat dua cara umum, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menggambarkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi, begitu pula sebaliknya.²⁹

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang menggunakan kuisioner. Tujuannya adalah untuk menilai apakah pengukuran yang digunakan tetap konsisten apabila pengukuran dilakukan kembali. Alat ukur yang reliable memiliki tingkat reliabilitas tinggi yang ditentukan oleh suatu angka, yang disebut koefisien reliabilitas berkisar antara 0-1. Semakin tinggi

²⁹ Syaiful Bahri, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI, 2018), hal. 104

koefisien reliabilitas, yaitu mendekati angka satu maka alat ukurnya semakin reliable.³⁰

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk melihat apakah model yang diteliti akan mengalami penyimpangan asumsi klasik atau tidak. Pengujian meliputi:

1) Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen maupun variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2005).

2) Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menguji adanya kolerasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel-variabel independen saling berkolerasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinieritas.

³⁰ Syaiful Bahri, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI, 2018), hal. 117

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model inilah yang diharapkan terjadi. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, maka terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2005). Untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi heteroskedastisitas atau tidak, penelitian ini menggunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen. Uji heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel bebas, yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di studentized.

c. Uji Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran rumusan masalah harus dibuktikan melalui data yang sudah terkumpulkan.

1) Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi menunjukkan proporsi yang diterangkan oleh variabel bebas dalam model terhadap variabel terikatnya, sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model. Besar pengaruh variabel X dan variabel Y maka dapat diketahui dengan menggunakan analisis koefisien determinasi yang akan diperoleh dengan rumus: $Kd = r^2 \times 100\%$

Dimana, $0 \leq R^2 \leq 1$

Kd = koefisien determinasi, r = korelasi

Nilai koefisien determinasi diantara 0 sampai dengan 1, dimana semakin mendekati angka 1 nilai koefisien determinasi maka pengaruhnya semakin kuat. Dan sebaliknya, semakin mendekati 0 nilai koefisien determinasi maka pengaruhnya semakin lemah.

2) Uji F

Nilai F terdapat dalam *output* ANOVA. Uji statistik F digunakan untuk pengujian hipotesis semua variabel independen yang dimasukkan dalam model berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen dan juga untuk menentukan model kelayakan model regresi.

3) Uji t

Nilai t diperoleh pada bagian *output* koefisien regresi. Uji statistik t digunakan untuk pengujian hipotesis pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

4) Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel independen diasumsikan random/ stokastik, yang berarti mempunyai distribusi probabilistik. Variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana

a = konstanta

b₁..b₃ = koefisiensi regresi

Y = variabel loyalitas konsumen

X₁ = variabel citra merek

X₂ = variabel kualitas produk

X₃ = variabel *content marketing*

e = eror