

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Definisi Konsep

a. Kualitas Produk

Menurut Kotler & Keller (2016) Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memberikan manfaat yang berkaitan dengan fungsi utama produk dan kemampuannya untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Definisi kualitas produk menurut Yesenia & Siregar (2016) merupakan suatu produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau di implikasikan.

b. Harga

Menurut Kotler & Amstrong (2018) Harga adalah nilai yang dibayarkan pembeli suatu produk atau jasa kepada penjual atau penyedia jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli.

c. Kualitas Layanan

Menurut Parasuraman dkk., (1990) mendefinisikan kualitas pelayanan yang baik akan menaikkan tingkat kepuasan pelanggan, pelanggan yang puas terlihat dari kualitas pelayanan yang diberikan, apakah kualitas pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan atau tidak. Mengacu pada definisi tersebut, Tjiptono menambahkan bahwa kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan.

d. Keragaman Produk

Menurut Kotler (2015) Keragaman produk didefinisikan sebagai sekumpulan lini produk dan elemen (keanekaragaman) yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli.

e. Loyalitas Pelanggan

Menurut Kotler & Keller (2018) berpendapat bahwa loyalitas yaitu sikap berkomitmen yang dimiliki agar melakukan pembelian ataupun menunjang kembali produk atau jasanya yang disukainya pada masa mendatang walaupun pengaruh kondisi serta upaya marketing mempunyai potensi mengakibatkan konsumen beralih. Loyalitas atau kesetiaan konsumen adalah upaya pelanggan agar tetap mempunyai kesetiaan dengan kesadarannya, kesan kualitasnya, rasa puas dan bangga yang kuat kepada produk yang diikuti untuk membeli ulang indikator.

B. Definisi Operasional**a. Kualitas Produk**

Menurut Yesenia & Siregar (2016), ada lima indikator kualitas produk, antara lain:

1. Aroma yang khas
2. Kehigenisan produk
3. Inovasi Produk
4. Kemasan yang praktis
5. Rasa produk yang enak

b. Harga

Menurut Kotler & Amstrong (2018), ada empat indikator harga yang dapat digunakan untuk menilai dan mengukur kesesuaian harga, yaitu:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Kesesuaian harga dengan manfaat produk
4. Harga sesuai kemampuan dan daya saing harga

c. Kualitas Layanan

Menurut Parasuraman dkk., (1990), ada lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan, yaitu

1. *Reliability*
2. *Responsiveness*
3. *Assurance*
4. *Emphaty*
5. *Tangible*

d. Keragaman Produk

Menurut Kotler (2015), ada empat indikator keragaman produk yaitu:

- 1) Variasi merek produk
- 2) Variasi kelengkapan produk
- 3) Variasi ukuran produk
- 4) Variasi kualitas produk

e. **Loyalitas Pelanggan**

Menurut Kotler & Keller (2018) terdapat tiga indikator loyalitas pelanggan, yaitu:

- 1) *Repeat Purchase* (Kesetiaan terhadap pembelian produk) yaitu pelanggan yang membutuhkan produk atau jasa secara terus menerus. Jika pelanggan terus menerus membeli produk atau jasa, berarti produk atau jasa telah menjadi kebutuhan dan prioritas pelanggan.
- 2) *Retention* (Ketahanan terhadap produk pesaing) yaitu ketahanan terhadap produk pesaing dimana pelanggan tidak akan terpengaruh terhadap segala bentuk daya tarik pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan lain dan akan tetap loyal terhadap satu perusahaan.
- 3) *Referrals* (Mereferensikan secara total estitensi perusahaan) yaitu mereferensikan dalam hal ini dimana pelanggan akan mempromosikan kepada orang lain bahwa produk atau jasa yang didapatkan baik, sedangkan ketika produk atau jasa yang didapatkan buruk maka pelanggan akan memberitahukan kepada pihak perusahaan.

C. **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) metode kuantitatif adalah penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Metode kuantitatif telah memenuhi kaidah ilmiah yaitu konkrit, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Pengumpulan data menggunakan instrumen

penelitian, analisis data bersifat kuantitatif karena data penelitian berupa angka dan di analisis menggunakan statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Layanan, dan Keragaman Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Ngaco Wonosari. Penelitian ini mengacu pada rumusan masalah dan hipotesis yang telah ditentukan.

D. Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2019) sumber data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber penelitian tanpa media perantara. Teknik pengumpulan data primer dapat dari responden melalui media observasi, diskusi terfokus, wawancara dan kuesioner dengan sumber data yang diperoleh langsung oleh peneliti. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner yang akan disebarkan secara *online* melalui *platform google form* kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian di Mie Ngaco Wonosari. Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah jurnal, buku, artikel, sumber dari internet yang berkaitan dengan penelitian.

E. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2018) Populasi adalah wilayah generalisasi atau suatu kelompok yang terdiri dari obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang dapat ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang pernah membeli Mie Ngaco Wonosari.

Menurut Sugiyono (2018) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sampel yang diambil dari populasi tersebut harus representatif atau mewakili populasi yang diteliti. Menurut Arikunto (2019) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik suatu populasi yang akan diteliti. Dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diteliti.

Menurut Sugiyono (2019) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Metode pengambilan sampel pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2019) *Non probability sampling* merupakan teknik yang pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019) *purposive sampling*

adalah suatu metode untuk menentukan sampel dalam beberapa aspek. Penggunaan teknik *purposive sampling* disebabkan karena tidak semua sampel mempunyai kriteria yang ditetapkan oleh peneliti. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Pernah melakukan pembelian dan mengkonsumsi minimal 2 kali
2. Minimal berusia 16 tahun
3. Melakukan pembelian dalam kurun waktu 1 tahun terakhir

Menurut Hair dkk. (2010), yaitu jumlah sampel yang baik dalam penelitian dimana total indikator dikali 5 sampai 10. Jumlah total indikator dalam penelitian ini sebanyak 21 indikator. Jika dikali 5 maka diperoleh 105 responden. Jika dikali 10 maka diperoleh 210 responden. Sehingga pada penelitian ini jumlah sampel yang dijadikan responden yaitu 105-210 responden.

F. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dengan membagikan kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian berupa *google form*. Menurut Sugiyono (2019) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat diberikan pada responden secara langsung, pos, maupun melalui internet.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2019) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Pada skala likert, variabel diukur dan digambarkan sebagai indikator variabel. Variabel-variabel tersebut menjadi titik tolak pembuatan instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan. Skala pengukuran dengan menggunakan skala likert yaitu:

- skor 5 : Sangat Setuju (SS)
- skor 4 : Setuju (S)
- skor 3 : Netral (N)
- skor 2 : Tidak Setuju (TS)
- skor 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

G. Metode Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Wiyono (2011) Uji validitas merupakan uji derajat ketepatan antara data yang dikumpulkan oleh peneliti dan data yang sebenarnya terjadi pada suatu objek. Dalam menguji validitas item pertanyaan pada kuesioner pengujian statistik dapat dilakukan dengan menggunakan koefisien korelasi kolom yang dilihat dari kolom *corrected* item total *correlation* pada tabel item statistik hasil pengolahan data menggunakan *Statistical Program For Social Science*

(SPSS). Adapun kriteria yang digunakan untuk penilaian uji validitas, yaitu:

- 1) Instrumen dinyatakan valid apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$.
- 2) Instrumen dinyatakan tidak valid apabila $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Menurut uji reliabilitas merupakan alat untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan dengan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Alat bantu komputer untuk memudahkan perhitungan dalam uji reliabilitas ini adalah dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS). Teknik yang digunakan menurut Lopiyoadi (2013), dalam penelitian ini yaitu Cornbach Alpha (α). Adapun kriteria yang digunakan yaitu:

- 1) Konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cornbach Alpha* $> 0,50$.
- 2) Konstruk atau variabel dikatakan tidak reliabel jika nilai *Cornbach Alpha* $< 0,50$.

2. Uji Asumsi Dasar (Uji Normalitas)

Menurut Ghozali (2018) Uji normalitas digunakan untuk mengetahui dan menguji apakah populasi data terdapat distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov - Smirnov (K-S). Dalam pengambilan keputusan pada uji *Kolmogorov - Smirnov (K-S)* berdasarkan pedoman adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai signifikan (Sig) atau probabilitas $< 0,05$ maka distribusi data tidak normal.
 - 2) Nilai signifikan (Sig) atau probabilitas $> 0,05$ maka distribusi data normal.
3. Uji Asumsi Klasik

Menurut Wiyono (2011) uji asumsi klasik meliputi uji multikolinearitas, uji heterokedasitas, dan uji autokorelasi. Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan dua uji yakni uji multikolinearitas dan uji heterokedasitas. Uji autokorelasi tidak digunakan karena uji ini digunakan pada data *time series*.

a. Uji Multikolinearitas

Menurut Wiyono (2011) uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu hubungan linear antar variabel independent dalam model regresi. Penilaian dalam uji multikolinearitas dapat melihat nilai (VIF) dan tolerance pada model regresi dengan kriteria Jika nilai VIF $< 10,00$ dan nilai tolerance $> 0,100$ berkesimpulan tidak terjadi gejala multikolinearitas. Jika Jika nilai VIF $> 10,00$ dan nilai tolerance $< 0,100$ berkesimpulan terjadi gejala multikolinearitas. Jika nilai VIF > 5 , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat multikolinearitas dalam data.

b. Uji Heterokedasitas

Menurut Ghozali (2018) uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terdapat penyimpangan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians residual satu pengamatan ke pengamatan lain tidak sama maka disebut heterokedastisitas. Metode yang digunakan untuk uji heteroskedastisitas adalah dengan uji *Glejser*. Metode pengujian *Glejser* yaitu untuk mengetahui sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregresi nilai nilai absolut residual. Adapun kriteria yang digunakan untuk penilaian pengujian heterokedasitas dengan *Glejser*, yaitu:

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka diterima, artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
- 2) Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ tabel maka ditolak, artinya terjadi gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Kelayakan Model Regresi (Uji F)

Menurut Ghozali (2018) Uji kelayakan model atau uji F merupakan uji yang digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi dalam menaksir nilai actual. Model regresi yang dinyatakan layak jika signifikansi $\leq 0,05$ (5%) artinya jika nilai signifikansi kurang dari atau sama dengan 0,05 (5%) maka dinyatakan layak dan pengujian bisa dilanjutkan. Model regresi yang dinyatakan tidak layak jika signifikansi $> 0,05$ (5%).

5. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Wiyono (2011) uji analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independent dan variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen dan satu variabel dependen, sehingga persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Loyalitas Pelanggan

α : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi Kualitas Produk

X_1 : Kualitas Produk

β_2 : Koefisien regresi Harga

X_2 : Harga

β_3 : Koefisien regresi Kualitas Layanan

X_3 : Kualitas Layanan

β_4 : Koefisien regresi Keragaman Produk

X_4 : Keragaman Produk

e : *Standard error*

b. Uji t (parsial)

Menurut Ghozali (2018) uji parsial atau uji t merupakan pengujian statistik yang berfungsi untuk menguji adanya pengaruh

variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Dilakukannya uji t dengan membandingkan t hitung dan t tabel yang dimana tingkat signifikansi pada penelitian ini menggunakan sebesar 5% sehingga berkemungkinan kesimpulan yang didapatkan mempunyai toleransi kesalahan sebesar 5% atau probabilitas sebesar 95%. Variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen jika signifikansi nilai t hitung $<0,05$ (5%).

6. *Adjusted R²*

Menurut (Widarjono, 2018) Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi sesuai dengan data aktualnya (*goodness of fit*). Nilai koefisien determinasi *Adjusted R²* yaitu antara nol dan satu. Nilai *Adjusted R²* yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen sangat terbatas sedangkan nilai yang mendekati satu berarti kemampuan variabel-variabel independen semakin baik dan memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.