

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

#### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah merupakan penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang menghubungkan dua variabel atau lebih Ginting & Situmorang, (2008). Berdasarkan penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa penelitian *asosiatif* yang bermaksud untuk memberikan penjelasan hubungan kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen.

#### 2. Lokasi penelitian

Penelitian dilakukan di Universitas Medan Area Di Jalan Sei Serayu No.70A/  
Jalan Setia Budi No.79B .

#### 3. Waktu penelitian

Penelitian direncanakan mulai bulan November 2015 sampai dengan Maret 2016. Untuk lebih jelasnya berikut disajikan tabel waktu penelitian

**Tabel 3-1  
Rincian waktu penelitian**

No	Kegiatan	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1.	Pembuatan dan Seminar Proposal						
2.	Pengumpulan Data						
3.	Analisa Data						
4.	Penyusunan Skripsi						
5.	Seminar hasil						
6.	Pengajuan Sidang Meja Hijau						

## B. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi Penelitian

Populasi menurut sugiyono (2009) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Medan Area stambuk 2012 sampai 2015 yang berjumlah 836 Mahasiswa.

No	Mahasiswa stambuk	Populasi
1	2012	168
2	2013	190
3	2014	276
4	2015	202
<b>Jumlah</b>		<b>836</b>

Berdasarkan dari jumlah keseluruhan populasi tersebut, namun setelah peneliti melakukan survey terhadap mahasiswa manajemen pagi yang di jadikan responden dalam penelitian ini, maka yang menggunakan handphone android samsung hanya berjumlah 121 pengguna.

### 2. Sampel Penelitian

Sugiyono (2009) ‘‘Sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti ini tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu’’. Dari jumlah populasi 121 mahasiswa ini maka digunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah unit sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N(e)^2)}$$

Dimana :  $n$  = jumlah sampel

$N$  = jumlah populasi

$e$  = taraf kesalahan (standart error 10%)

Maka jumlah sampel yang diperoleh adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{121}{1 + (121(0,1)^2)} \\ &= 54,7 \text{ Mahasiswa} = 55 \text{ Mahasiswa} \end{aligned}$$

Jumlah sampel yang digunakan sebesar 55 sampel dari seluruh populasi, maka teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *random sampling* menurut Sugiyono (2006) adalah teknik pengambilan sampel yang di lakukan secara acak. Sehingga data yang diperoleh lebih representatif dengan melakukan proses penelitian yang kompeten dibidangnya. Pelaksanaan *random sampling* dalam penelitian ini di lakukan dengan cara membuat tabel random number dari 121 pengguna yang di acak dengan cara di undi untuk menentukan 55 responden atau mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Medan Area yang menggunakan Handphone Android Samsung.

### **C. Definisi Operasional**

Definisi variabel akan menuntun penelitian untuk memenuhi unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel.

**Tabel 3.2**  
**Definisi Oprasional**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Ukur</b>
Kualitas produk (X1)	Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keistimewaan (<i>Features</i>)</li> <li>2. Daya tahan (<i>Durability</i>)</li> <li>3. Estetika (<i>Asthetic</i>)</li> <li>4. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Conformance to Specifications</i>)</li> <li>5. Keandalan (<i>Reliability</i>)</li> </ol>	Likert
Harga (X2)	Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>2. Daya saing harga</li> <li>3. kesesuaian harga dengan manfaat</li> </ol>	Likert
Loyalitas Konsumen (Y)	Komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan pembelian ulang</li> <li>2. Rekomendasi.</li> <li>3. Komitmen</li> <li>4. Kesiediaan membayar lebih tinggi</li> <li>5. Menjaga kesetiaan</li> </ol>	Likert

Sumber : Tjiptono (2006:51), Kotler dan Armstrong, (2008:345), Kotler dan Keller (2009 :139)

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah :

- 1) Data Primer : Data yang diperoleh secara langsung dari lapangan melalui wawancara langsung pada pengguna smartphone samsung dan pengisian kuisisioner yang disebarkan kepada responden yang menjadi sampel penelitian.
- 2) Data Sekunder : Data berupa sejarah dan keadaan perusahaan, buku, artikel dan tulisan ilmiah yang berhubungan dengan penelitian.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

### a. Wawancara (interview)

Yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara langsung dengan responden.

### b. Studi dokumentasi

Mengumpulkan dan mempelajari informasi yang bersumber dari buku-buku, jurnal, majalah, dan internet untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan penelitian ini.

### c. Kuesioner

Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan-pertanyaan kepada kuesioner dengan cara memilih alternatif jawaban yang tersedia. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Bobot nilai kuesioner yang ditentukan yaitu :

**Tabel 3.4**  
**Instrumen Skala Likert**

No	Pertanyaan	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 : kuncoro (2003:86)

Adapun yang menjadi skala pengukuran data dalam penelitian ini adalah skala likert.

## **F. Teknik Analisa Data**

### **1. Uji Instrumen**

#### **a. Uji validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang didapat setelah penelitian merupakan data yang valid dengan alat ukur yang digunakan (kuesioner). pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 20.00 for windows kriteria sebagai berikut :

Jika  $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$  maka pertanyaan valid

Jika  $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$  maka pertanyaan tidak valid

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas menurut Ginting dan situmorang adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji reliabilitas menggunakan software SPSS for windows dengan ketentuan apabila  $r \text{ positif} > 0,60$  maka pernyataan reliabel atau handal. Uji reliabilitas ditentukan reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut :

Jika  $r \text{ alpha} \geq 0,60$  maka pertanyaan dinyatakan valid

Jika  $r \text{ alpha} \leq 0,60$  maka pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

## **G. Uji Asumsi Klasik**

Syarat asumsi klasik yang harus dipenuhi model regresi berganda sebelum data tersebut dianalisis adalah sebagai berikut :

### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng dan distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan grafik histogram dan pendekatan kurva PP-Plots.

### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama di antara anggota grup tersebut. Artinya, jika varians variabel *independent* adalah konstan (sama) untuk setiap nilai tertentu variabel independen disebut homoskedastisitas.

### 3. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas berarti adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan *Variante Inflation Factor* (VIF) dengan membandingkan sebagai berikut :

$VIF < 5$  maka tidak terdapat multikolinearitas

Tolerance  $> 0,1$  maka tidak terdapat multikolinieritas

## H. Analisis Regresi Berganda

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik berganda. Metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh hubungan dari variabel-variabel independen dan variabel dependen. Metode regresi linier

berganda dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 20,0 *for windows*.

Adapun model persamaan yang digunakan menurut sugiyono (2008 : 227), yaitu :

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

Dimana:

Y = Loyalitas konsumen  
 a = Konstanta  
 b<sub>1</sub>-b<sub>2</sub> = Koefisien regresi  
 X<sub>1</sub> = Kualitas produk  
 X<sub>2</sub> = Harga  
 e = Standart error

### I. Uji Hipotesis

Suatu perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila statistiknya berada di daerah kritis, Sebaliknya, disebut tidak signifikan bila uji nilai statistiknya berada dalam daerah dimana H<sub>0</sub> diterima. Dalam analisis regresi, terdapat tiga jenis kriteria ketetapan:

#### 1. Uji Signifikansi simultan (Uji-F)

Uji ini menunjukkan apakah semua variabel bebas (X<sub>1</sub>,X<sub>2</sub>) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y) secara serentak. Hipotesis dirumuskan sebagai berikut : Nilai F<sub>hitung</sub> akan dibandingkan dengan nilai F<sub>tabel</sub>. Kriteria pengambilan keputusannya yaitu:

jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

#### 2. Uji signifikan parsial (Uji -t)

Uji ini menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Adapun uji-t menggunakan langkah-



langkah sebagai berikut : Nilai  $t_{hitung}$  akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  kriteria pengambilan keputusannya, yaitu :

Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

### 3. Pengujian koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi  $R^2$  pada intinya mengukur seberapa kemampuan model dalam menerangkan variable terikat. pengujian kontribusi pengaruh dari seluruh variable bebas (X) terhadap variable (Y) dapat dilihat dari koefisien determinasi  $R^2$  dimana  $0 \leq R^2 \leq 1$ . Hal ini menunjukkan jika nilai  $R^2$  semangkin dekat dengan 1 maka pengaruh variable bebas terhadap variable terikat semangkin kuat. sebaliknya jika  $R^2$  semangkin dekat dengan 0 maka pengaruh variable bebas terhadap variable terikat semangkin lemah.