

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1.Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian di wilayah Condong Catur Depok Sleman Yogyakarta.

Penelitian dilakukan pada pelanggan yang menggunakan Sabun Antiseptik Dettol.

#### **3.2.Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian**

Variabel dalam penelitian terdiri dari dua yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini Citra merek, Promosi dan Kualitas Produk. Sedangkan variabel dependen terdiri dari Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. Berikut adalah rincian masing-masing definisi operasional:

##### **1. Citra Merek**

Citra merek adalah serangkaian keyakinan atau kepercayaan yang dipegang pelanggan terhadap produk tertentu (Kotler, 2008). Variabel ini diukur dengan konsep variabel deskripsi tentang asosiasi adapun indikatornya, sebagai berikut :

- a) Merek yang berkualitas
- b) Merek yang dapat dipercaya
- c) Merek yang cukup dikenal
- d) Merek yang cukup mudah diingat
- e) Merek dengan posisi di benak pelanggan tinggi
- f) Merek yang dapat diandalkan

## **2. Promosi:**

Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen (Alma, 2006). Indikator-indikator promosi antara lain :

- a) Memberitahukan
- b) Mengingat
- c) Mempengaruhi

## **3. Kualitas Produk**

Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil/kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan (Kotler, 2008). Indikator untuk mengukur kualitas produk adalah sebagai berikut:

- a) Keandalan produk.
- b) Kinerja / fungsi produk / membersihkan
- c) Daya tahan (awet)
- d) Keharuman
- e) Kelembutan
- f) Tidak merusak kulit
- g) Komposisi produk

## **4. Kepuasan pelanggan:**

Kepuasan pelanggan adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman dalam menggunakan suatu produk atau jasa (Churchill dalam Aydin, 2006). Menunjukkan kesesuaian antara harapan dengan hasil yang diperoleh dalam menggunakan suatu produk atau jasa. Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

- a) Kepuasan terhadap mutu
- b) Kepuasan terhadap fungsi
- c) Kepuasan terhadap informasi
- d) Kepuasan terhadap harga
- e) Kepuasan terhadap kemudahan mendapatkan produk/distribusi.

#### **5. Loyalitas pelanggan:**

Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang dipegang secara mendalam untuk mengulangi pembelian atas produk atau jasa di masa mendatang (Ben dan Chiao, 2001; Auh dan Johnson, 2005; John dan Sasser, 1995). Sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Aydin, Serkan., Gokhan, dan Omer (2005). Indikator untuk mengukur loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

- a) Pembelian Ulang.
- b) Belum berminat pindah pada merek lain.
- c) Penilaian positif
- d) Rekomendasikan kepada orang lain.

### **3.3. Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1. Populasi**

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan objek (satuan atau individu) yang karakteristiknya hendak diduga (Danang Sunyoto, 2012). Populasi pada penelitian ini adalah semua pelanggan atau pelanggan yang menggunakan produk sabun antiseptik Dettol di Kecamatan Depok Yogyakarta

#### **3.3.2. Sampel**

Sampel bisa dikatakan sebagai bagian dari populasi. Sampel secara teknis berguna untuk memudahkan peneliti dalam melakukan sensus jika jumlah populasinya terlalu banyak karena akan memerlukan waktu dan biaya yang terlalu banyak. Proses penelitian menggunakan data sampel relatif lebih cepat daripada populasi, sehingga dapat mengurangi jangka waktu antara saat timbulnya kebutuhan informasi hasil penelitian dengan ketersediaan informasi yang diperlukan (Indriantoro & Supomo, 2009). Dalam penelitian ini populasinya adalah masyarakat di Kecamatan Depok Yogyakarta. Selanjutnya, sampel penelitian ini di ambil dari pelanggan sabun antiseptik Dettol di Catur Tunggal dan Condong Catur.

Sampel adalah sebagian dari anggota populasi tersebut yang dijadikan responden penelitian ini. Maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* berupa *convenience sampling*. *Convenience sampling* merupakan prosedur sampling yang memilih sampel dari populasi yang paling mudah ditemui di lokasi penelitian.

Teknik Pengambilan Sampel:

Rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menurut (J. Supranto, 2001) adalah:

$$n = 0,25 \left[ \frac{z \frac{1}{2} \alpha}{E} \right]^2$$

Dimana:

$n$  = besarnya sampel

$z \frac{1}{2} \alpha$  = confidence coefisien ( $\alpha = 5\%$ ), maka tingkat kepercayaan

adalah  $1 - 5\% = 95\%$ , maka masing-masing daerah kritis adalah  $\frac{0,05}{2} = 0,025$ , maka nilai  $z$  adalah  $0,5 - 0,025 = 0,4750$ , setelah dikonversi kedalam tabel distribusi normal diperoleh angka 1,96.

$E$  = standar eror yang diinginkan dalam penelitian ini digunakan standar eror sebesar 10%.

0,25 = proporsi sampel. Nilai  $P$  diantara 0 - 1, agar didapat besarnya  $P(1 - P)$  maksimum.

Jadi perhitungannya adalah:  $n = 1 / 4 \left( \frac{1,96}{0,10} \right)^2$

$$= 96,04 \rightarrow \text{dibulatkan menjadi 100 sampel.}$$

Setelah adanya perhitungan terhadap pengambilan sampel, maka hasil perhitungan tersebut dijadikan sebagai ketetapan pengambilan sampel yaitu 100 responden. Selain itu ukuran sampel minimum untuk analisis Structural Equation Modelling dengan program AMOS adalah sebanyak 100 (Ghozali, 2011).

### **3.4. Jenis dan Teknik Survei**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah riset secara khusus. Dalam riset pemasaran, data primer diperoleh secara langsung dari sumbernya, sehingga periset merupakan tangan pertama yang memperoleh data tersebut (Istijanto, 2005 dalam Sunyoto, 2012).

Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik ini merupakan suatu bentuk instrumen pengumpulan data yang sangat fleksibel dan relatif mudah digunakan. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang berupa daftar pertanyaan yang disusun sedemikian rupa untuk dijawab responden, pertanyaan-pertanyaan tersebut cukup terperinci dan lengkap. Jenis pertanyaan yang akan diajukan dalam penelitian bersifat tertutup. Pertanyaan dikatakan tertutup jika pertanyaan itu jawabannya sudah ditentukan lebih dahulu sehingga responden tidak diberi kesempatan memberikan alternatif jawaban, dikatakan bersifat tertutup jika

alternatif-alternatif jawaban telah disediakan. Sedangkan pertanyaan terbuka, apabila responden diberikan kebebasan untuk menguraikan jawabannya, pertanyaan bersifat terbuka jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis pertanyaan tertutup.

### **3.5. Instrumen atau Alat Penelitian**

#### **3.5.1. Skala**

Dalam penelitian ini data diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan pada 100 responden yaitu pelanggan sabun antiseptik Dettol di Yogyakarta. Dalam hal ini responden diminta untuk mengisi angket kuisisioner yang sesuai dengan pemikirannya diantara beberapa alternatif jawaban yang telah disediakan. Skala yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian-penelitian ini adalah skala *Likert*. Pertanyaan 1 sampai dengan 5 dengan rentan jawabannya yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Kuesioner ini dikemas agar memberikan jawaban dengan tanda silang (x). Kuisisioner dalam bentuk seperti ini diharapkan mempermudah responden dalam memberikan jawaban. Skor yang diberikan dari skala 1-5 adalah sebagai berikut :

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

### 3.5.2 Uji Validitas Data

Untuk memperoleh hasil pengukuran yang valid dan reliabel maka dibutuhkan instrument penelitian yang valid dan reliabel. Oleh karena itu, sebelum pengumpulan data dilakukan maka instrumen penelitian atau kuesioner penelitian perlu diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu. Hal ini akan dilakukan dengan cara uji coba dengan mengedarkan kuesioner tersebut kepada 100 orang responden.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu butir pernyataan dinyatakan valid jika koefisien hasil perhitungan nilainya positif dan lebih besar dari koefisien korelasi tabel (pada degree of freedom ( $df = n-2$ ) dan taraf signifikan ( $\alpha$ ) 5%), atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (Ghozali, 2006). Atau dapat dikatakan significance probability value  $< 0.05$ .

### 3.5.3 Uji Realibilitas Data

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *Cronbach Alpha*. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap



pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Apabila nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ , maka jawaban dari responden pada kuisioner sebagai alat ukur dinyatakan reliabel. Jika nilai *Cronbach Alpha*  $< 0,60$ , hal ini mengindikasikan ada beberapa responden yang tidak konsisten dan harus dilihat satu persatu jawaban responden yang tidak konsisten harus dibuang dari analisis dan alpha akan meningkat (Ghozali, 2006).

### **3.6. Teknik Analisis**

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis Permodelan Persamaan Struktural atau *Structural Equation Modelling* (SEM) dari paket *software* statistik AMOS, yaitu dalam pembentukan model dan pengujian hipotesis. Teknik SEM memungkinkan seorang peneliti menguji beberapa variabel dependen sekaligus dengan beberapa variabel independen.

Dalam analisis SEM Terdapat dua langkah pengujian yaitu uji data dan uji struktural

#### **a. Uji Data meliputi**

- 1) Pengembangan Model Berbasis Teori
- 2) Pembuatan Diagram Alur (*Path Diagram*)
- 3) Normalitas dan Linearitas

Normalitas dapat diuji dengan melihat gambar histogram data atau dapat diuji dengan metode-metode statistik, sedangkan uji linearitas dapat dilakukan

dengan mengamati *scatterplots* dari data yaitu dengan memilih pasangan data dan dilihat pola penyebarannya untuk menduga ada tidaknya linearitas.

#### 4) Outliers

Outliers adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim baik secara univariate maupun multivariate yaitu yang muncul karena kombinasi karakteristik unik yang dimiliki dan sangat terlihat jauh berbeda dari observasi-observasi lainnya.

#### 5) Uji Goodness of Fit

SEM merupakan sekumpulan teknik-teknik statistikal yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif “rumit”, secara simultan (Ferdinand, 2006:5).

##### a) Chi Square Statistik

Sebuah model yang diuji akan dipandang baik atau memuaskan bila nilai chi-squarenya rendah. Semakin kecil nilai semakin baik model itu (karena dalam uji beda chi-square,  $= 0$ , berarti benar-benar tidak ada perbedaan,  $H_0$  diterima) dan diterima berdasarkan probabilitas dengan cut-off value sebesar  $p > 0.05$  atau  $p > 0.10$  (Hulland et al, 1996 dalam Ferdinand, 2006:59).

##### b) RMSEA – The Root Mean Square Error of Approximation

RMSEA adalah sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi chi-square statistic dalam sampel yang besar (Baumgartner & Homburg, 1996 dalam Ferdinand, 2006:66). Nilai RMSEA menunjukkan

goodness-of-fit yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi (Hair *et al.*, 1995 dalam Ferdinand, 2006:66). Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0.08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah close fit dari model itu berdasarkan degrees of freedom (Browne & Cudeck, 1993 dalam Ferdinand, 2006:66).

**c) GFI-Goodness of Fit Index**

Merupakan sebuah ukuran non-statistikal yang mempunyai rentang nilai antara 0 (poor fit) sampai dengan 1.0 (perfect fit) (Ferdinand, 2006:61).

**d) AGFI-Adjusted Goodness of Fit Index**

GFI adalah analog dari  $R^2$  dalam regresi berganda. Fit indeks ini dapat diadjust terhadap degree of freedom yang tersedia untuk menguji diterima tidaknya model (Arbuckle, 1999 dalam Ferdinand, 2006:61). Tingkat penerimaan yang direkomendasi adalah bila AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0.90 (Hair *et al.*, 1995; Hulland *et al.*, 1996 dalam Ferdinand, 2006:61).

**e) CMINDF**

Indeks ini diperoleh dengan cara CMIN (The minimum sample discrepancy function) dibagi dengan degree of freedomnya. Indeks ini umumnya dilaporkan oleh para peneliti sebagai salah satu indikator untuk mengukur tingkat fitnya sebuah model. Dalam hal ini CMIN/DF tidak lain adalah statistik chi-square, dibagi DFnya sehingga disebut relatif. Nilai relatif kurang dari 2.0 atau bahkan kadang kurang dari 3.0 adalah

indikasi dari acceptable fit antara model dan data (Arbuckle, 1997 dalam Ferdinand, 2006:60).

**f) TLI-Tucker Lewis Index**

TLI adalah sebuah alternatif incremental fit index yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah baseline model (Baumgartner & Homburg, 1996 dalam Ferdinand, 2006:64). Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah penerimaan  $\geq 0.9$  (Hair dkk, 1995 dalam Ferdinand, 2006:64), dan nilai yang sangat mendekati 1 menunjukkan a very good fit (Arbuckle, 1997 dalam Ferdinand, 2006:64). Indeks ini diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$TLI = NNFI$$

**g) CFI**

Besaran indeks ini adalah pada rentang nilai sebesar 0 -1, dimana semakin mendekati 1, mengidentifikasi tingkat fit yang paling tinggi a very good fit (Arbuckle, 1997 dalam Ferdinand, 2006:64). Nilai yang direkomendasikan adalah  $CFI \geq 0.9$ . indeks CFI diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$CFI = RNI = 1 - \frac{c-d}{cb-db}$$

**Tabel 1. Kesesuaian Model**

<b>Goodness of fit index</b>	<b>Cut-off value</b>
- Chi-square	Diharapkan kecil
Significance probability	$\geq 0.05$
RMSEA	$\leq 0.08$
GFI	$\geq 0.90$
AGFI	$\geq 0.90$
CMIN/DF	$\leq 2.00$
TLI	$\geq 0.90$
CFI	$\geq 0.90$

Sumber: Ferdinand, 2006

## 2. Uji Structural

Uji struktural atau uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji

C.R (Critical Ratio). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a) Jika p-value  $< 0,05$  atau  $CR \geq 2$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh signifikan variabel eksogen terhadap variabel endogen
- b) Jika p-value  $> 0,05$  atau  $CR < 2$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh signifikan variabel eksogen terhadap variabel endogen.