

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai, Jalan Bihman Villa Amuntai HSU Kal-Sel Phone 0527 62520 Faxes. 0527 62520, Website: www.stiaamuntai.ac.ad Email: stiaamt@gmail.com.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Kata "kuantitatif" menurut Kamus Bahasa Indonesia diartikan sebagai "berdasarkan jumlah atau banyaknya." Contohnya, "Pembangunan sekolah-sekolah untuk berbagai tingkat pendidikan, jika dilihat dari segi kuantitatif, dapat dianggap cukup." Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kuantitatif merujuk pada pengamatan terhadap sesuatu dari perspektif jumlah atau banyaknya (Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008).

C. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe atau jenis penelitian kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih, Sugiyono (013:57). Hubungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal. Hubungan kausal yang bersifat sebab akibat, yang terdiri dari variabel *indevenden* dan *dependen*, menurut Sugiyono (2013:59). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari variabel, yaitu variabel (X) citra merek terhadap (Y) loyalitas pelanggan.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua nilai baik hasil pengukuran maupun perhitungan, baik kuantitatif maupun kualitatif dari pada karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek, yang lengkap dan jelas. Menurut Sudjana (2005) ”populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin hasil menghitung ataupun pengukuran, kuantitas, maupun kualitas dari karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya.” Populasi yang akan menjadi populasi adalah mahasiswa aktif STIA Amuntai.

Tabel 3.1

Jumlah Mahasiswa Aktif STIA Amuntai

No	Mahasiswa/I	Jumlah
1	Mahasiswa	1357
2	Mahasiswa	824
Jumlah		2181

Sumber : Data diolah, 2025

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability* dengan teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2019:133) mengatakan bahwa metode *purposive sampling* merupakan cara untuk memilih sampel dengan alasan tertentu. Besar sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin, dengan harapan

jumlah *responden* yang diperoleh berkisar antara 50 hingga 100 orang. Pemilihan ukuran sampel ini didasari oleh pertimbangan bahwa semakin banyak sampel yang diambil, semakin tepat hasil penelitian yang didapatkan. (Muslimin, 2021). Besaran sampel yang akan diteliti sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah anggota populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan 10%.

Apabila jumlah populasi (N) = 1357 (e) = 10% maka jumlah minimum sampel penelitian adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{1357}{1 + 1357(10\%)^2}$$

$$n = \frac{1357}{1 + 1357 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{1357}{14,57}$$

n = 93,13 (dibulatkan menjadi 93 orang)

Berdasarkan perhitungan kelayakan sampel tersebut, maka jumlah sampel pada penelitian ini, yaitu 93 sampel.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penjelasan yang memberikan panduan kepada peneliti mengenai hal-hal yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan atau menguji hipotesis dalam penelitian, terutama penelitian kuantitatif. Menurut Budi Pranata (2013:18), pengertian operasional berkaitan dengan kapasitas atau kuantitas yang tidak sesuai. Sementara itu, Husein Umar (2008:125) menjelaskan bahwa operasional melibatkan penentuan suatu konstruk sehingga menjadi variabel yang dapat diukur.

1. Citra Merek (X)

citra merek adalah persepsi seseorang dari sekumpulan asosiasi terhadap suatu merek. Semakin baik persepsi seseorang terhadap sebuah merek maka dapat dikatakan bahwa *brand image* mengenai merek tersebut telah berhasil dibangun. Sebaliknya apabila persepsi seseorang terhadap sebuah merek tersebut buruk atau negatif maka dapat dikatakan bahwa *brand image* mengenai suatu merek telah gagal dibangun.

Indikator dari citra merek yaitu:

- a. Citra pembuat (*corporate image*), yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap perusahaan yang membuat suatu barang atau jasa.
- b. Citra pemakai (*user image*), yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap pemakai yang menggunakan suatu barang atau jasa.
- c. Citra produk (*product image*), yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu barang atau jasa.

2. Loyalitas Pelanggan (Y)

Loyalitas pelanggan yaitu orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang. Loyalitas didefinisikan sebagai komitmen mendalam untuk membeli ulang atau mengulang pola preferensi produk atau layanan di masa yang akan datang, yang menyebabkan pembelian berulang merek yang sama atau suatu set merek yang sama.

Schiffman dan Kanuk (dalam Afsha 2015) menerangkan bahwa aspek-aspek loyalitas pelanggan terdiri atas 4 macam, yaitu:

- a. Aspek Kognitif
- b. Aspek Afektif
- c. Aspek Konatif
- d. Aspek Tindak

Tabel 3.2
Definisi Operasional Penelitian

No	Variabel Penelitian	Indikator
1	Citra Merek citra merek adalah persepsi seseorang dari sekumpulan asosiasi terhadap suatu merek. Semakin baik persepsi seseorang terhadap sebuah merek maka dapat dikatakan bahwa brand image mengenai merek tersebut telah berhasil dibangun.	a. Citra pembuat (<i>corporate image</i>) b. Citra pemakai (<i>user image</i>) c. Citra produk (<i>product image</i>)
2.	Loyalitas pelanggan Loyalitas pelanggan yaitu orang yang membeli, khususnya yang membeli secara	a. Aspek Kognitif b. Aspek Afektif

No	Variabel Penelitian	Indikator
	teratur dan berulang. Loyalitas didefinisikan sebagai komitmen mendalam untuk membeli ulang atau mengulang pola preferensi produk atau layanan di masa yang akan datang, yang menyebabkan pembelian berulang merek yang sama atau suatu set merek yang sama.	c. Aspek Konatif d. Aspek Tindak

Sumber : Data Diolah 2025

F. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2013), instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Sedangkan menurut Purwanto (2018), instrumen penelitian pada dasarnya alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian.

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang dipergunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah di olah. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner.

Dalam penyusunan instrumen, setelah sebelumnya ditetapkan jenis instrumen, langkah berikutnya adalah membuat kisi-kisi atau layout instrumen. Kisi-kisi berisi lingkup materi pertanyaan, jenis pertanyaan, banyak pertanyaan, dan waktu yang dibutuhkan. Kisi-kisi ini mengacu pada variabel, kemudian dapat dijabarkan menjadi sub variabel, kemudian indikator.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses atau tata cara yang dilakukan untuk memperoleh data yang diperlukan baik dalam maupun luar organisasi. Menurut Sugiyono (2019), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dari penelitian adalah pengumpulan data.

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan Kuesioner (Angket). Google Formulir *Kuesioner* digunakan untuk mengumpulkan informasi dengan cara memberikan serangkaian pernyataan tertulis yang harus dijawab oleh *responden*. Angket digunakan untuk memperoleh data pengetahuan mahasiswi mengenai variabel- variabel yang terdapat didalam penelitian. Sasaran dari angket ini adalah mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Amuntai. Sedangkan Google Formulir adalah aplikasi Google yang tersedia di *Google Drive* yang berguna untuk membantu mengirim *survey* atau mengumpulkan informasi lainnya dengan mudah dan efisien hanya melalui *link*. Pada penelitian ini Google Formulir yang dimaksud adalah formulir atau pernyataan-pernyataan mengenai penelitian ini yang nantinya akan diberikan kepada mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Amuntai yang tidak terjangkau jika dengan *form* secara manual. Melalui *link* yang akan di berikan ke grup angkatan masing-masing kelas.

H. Teknik Penentuan Skor

Untuk menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka peneliti membutuhkan teknik penentuan skor. Teknik penentuan skor yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Menurut Sugiyono (2018:152), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena

sosial. Dalam skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen dimana alternatifnya berupa pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif.

Adapun alternatif jawaban dengan menggunakan skala Likert, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif sebagai berikut:

Tabel 3.3
Skala Likert

No	Kategori	Keterangan	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	SS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Data diolah, 2025

I. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas merupakan tahap penting dalam penelitian kuantitatif, terutama dalam memastikan bahwa *instrumen* yang digunakan dapat memberikan data yang akurat dan konsisten. Dalam konteks penelitian ini, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh merek dan iklan terhadap minat beli mahasiswa wanita pada produk kosmetik Emina, uji validitas dan reliabilitas akan dilakukan pada *Kuesioner* yang disebarkan kepada *responden*.

1. Uji Validitas

Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2015). Tiap indikator untuk pertanyaan dalam kuesioner akan diukur ketepatannya melalui uji validitas. Dalam penelitian ini, daya pembedaan akan diuji secara signifikan dengan menggunakan Pearson Correlation pada program SPSS. Menurut Murniati, dkk (2013) Indikator yang dinyatakan valid adalah indikator yang memiliki korelasi signifikan dengan total skor yang nantinya akan mewakili variabel dalam pengujian hipotesis. Dalam pengujian, pernyataan dinyatakan valid apabila :

- a. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan valid
- b. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan tidak valid

$$\text{Dimana : } r = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum^2 \cdot \sum^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi

X = Deviasi rata-rata X

Y = Deviasi rata-rata variable Y

Harga r_{hitung} kemudian dikonsultasikan dengan r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% yaitu 0,228 dengan $N = 74$. Syarat suatu instrument juga dikatakan valid dilihat pada nilai signifikansi, jika signifikansi kurang dari 0,228 maka item tidak valid, tetapi jika signifikansi lebih dari 0,228 maka item valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabel artinya instrumen dalam penelitian konsisten atau menghasilkan data yang sama saat digunakan untuk mengukur obyek yang sama berulang kali. Pada penelitian ini reliabilitas akan diuji dengan menggunakan model pengujian Cronbach Alpha. Rainsch (2004:167) dalam buku Alat-Alat Pengujian Hipotesis Murniati dkk (2013) mengklasifikasikan kriteria reliabilitas suatu instrumen sebagai berikut:

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r = Reabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

Syarat suatu instrument dikatakan reliabel adalah rn bila (Cronbach's Alpha) lebih besar dari pada 0,6 ($rn > 0,6$). Jika rn lebih kecil sama dengan dari 0,6 ($rn < 0,6$) maka instrument tersebut ditolak dan tidak dapat digunakan di dalam penelitian.

J. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah digunakan untuk mengkaji kenormalan variabel yang diteliti apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak (Sugiyono, 2017:239). Hal tersebut penting karena bila data setiap variabel tidak normal, maka pengujian hipotesis tidak bisa menggunakan statistik parametrik. Jika nilai signifikansi kurang

dari 0,05, maka data dianggap tidak berdistribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik kolmogrov-smirnov (k-s). Uji kolmogrovsmirnov dilakukan untuk lebih memastikan apakah data residual terdistribusi secara normal atau tidak. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji kolmogrov-smirnov yaitu jika $> 0,05$ maka data terdistribusi normal dan jika signifikansi $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi secara normal (Machali, 2017:85).

K. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2010: 335), teknik analisis data adalah proses mencari data, menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Data penelitian yang diperoleh terdiri dari skor jawaban tiap item-item pernyataan, kemudian hasil tersebut diolah menggunakan analisis statistik melalui bantuan program computer SPSS 25. Analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis pada penelitian ini menggunakan teknik Korelasi *Product moment* dari *Karl Person* yaitu analisis yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel penelitian (Azwar, 2011).

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regrasi linier sederhana digunakan untuk megetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara suatu variabel independen dengan suatu variabel dependen (Sugiyono, 2017:260). Analisis kuantitatif dengan metode statistik

yang digunakan adalah analisis linier sederhana. Analisis linier sederhana adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Metode analisis regresi linier sederhana ini dilakukan dengan bantuan program SPSS yang merupakan salah satu paket program komputer yang digunakan dalam mengelola data statistik. Persamaan regresi linier sederhana yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$\text{Dimana : } a = \frac{\sum Y \sum X^2 - \sum X \sum nXY}{n \sum x^2 - (\sum x^2)}$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X^2)}$$

Keterangan :

X = Variabel bebas

Y = variabel terikat

a = konstanta (nilai Y apabila X=0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan maupun penurunan)

2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial dengan Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) memiliki hubungan secara signifikan terhadap variable dependen (Y) dengan = 0,05 atau 5%. Jika *hitung* > *tabel*, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen dengan variable dependen. Jika *hitung* < *tabel* maka

tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel *independen* dengan variabel *dependen*.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi kita akan bisa menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen.