

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian Yang digunakan**

Metode penelitian merupakan suatu alat yang didalam pencapaian tujuannya berguna untuk memecahkan masalah penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Survei merupakan penelitian yang dilakukan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan dalam populasi besar maupun kecil. Menurut Sugiyono (2018:57) pengertian metode survei adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologi, maupun psikologis. Tujuan penelitian survei adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail dengan latar belakang, sifat-sifat, serta karakteristik yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum.

Melakukan penelitian pada sebuah masalah, diperlukan suatu metode yang digunakan untuk mengetahui bagaimana langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian untuk pemecahan masalah dari objek yang sedang diteliti dengan maksud agar tujuan dapat tercapai. Menurut Sugiyono (2018:2) “Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Metode penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode

kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan analisis verikatif, karena terdapat variabel-variabel yang akan ditelaah hubungannya serta tujuannya untuk gambaran secara terstruktur, faktual, mengenai fakta-fakta hubungannya antara variabel yang akan diteliti. Metode kuantitatif dalam Sugiyono (2018:16) yaitu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi suatu sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian yang dilakukan merupakan metode penelitian kuantitatif, karena data yang dibutuhkan dari objek dalam penelitian ini merupakan data-data yang dinyatakan dalam bentuk angka, merupakan hasil dari perhitungan dan pengukuran nilai dari setiap variabel. Pendekatan penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2018:64) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain.

Berdasarkan pengertian di atas, maka penggunaan penelitian deskriptif, penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih. Melalui penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi dari rumusan masalah yaitu mengenai tanggapan konsumen atas kualitas produk, harga dan loyalitas pelanggan busana muslim Rabbani.

Metode penelitian verikatif menurut Sugiyono (2018:65) adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua

variabel atau lebih. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel memiliki pengaruh terhadap variabel yang lain, dalam penelitian ini akan menguji rumusan masalah nomor 4 (empat), yaitu untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen busana musim Rabbani di wilayah kota Bandung baik secara parsial maupun secara simultan.

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

Variabel merupakan aspek yang paling penting dari suatu penelitian, karena dengan variabel peneliti dapat melakukan pengolahan data yang bertujuan untuk memecahkan masalah penelitian atau menjawab hipotesis penelitian. Variabel-variabel tersebut kemudian di operasionalisasikan berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala penelitian. Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai definisi dan operasionalisasi variabel penelitian adalah akan diuraikan dalam paragraf setelahnya sebagai berikut.

#### **3.2.1 Definisi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian pada dasarnya merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan untuk dipelajari oleh peneliti sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut sebagai upaya untuk memberikan solusi pada permasalahan. variabel penelitian menurut Sugiyono (2018:68) adalah suatu karakteristik atau atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau diobservasi yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dijadikan pelajaran dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Penelitian yang dilakukan terdapat variabel yang harus ditetapkan sebelum memperoleh atau mulai pengumpulan data. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian.

Variabel ini melibatkan tiga variabel yaitu kualitas produk dan harga sebagai variabel bebas (*independent variable*), dan loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat (*dependent variable*). Berikut ini peneliti sajikan penjelasan dari masing-masing variabel yaitu :

1. Kualitas Produk ( $X_1$ )

Menurut Mowen dan Minor dalam Dinawan (2018:12) menyatakan bahwa "kualitas produk adalah keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan yang menjadikan barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen".

2. Harga ( $x_2$ )

Menurut Kotler dan Amstrong (2018:78) menyatakan bahwa "Harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk".

3. Loyalitas pelanggan (Y)

Menurut Cavallone (2017:35) menyatakan bahwa "*Loyalty is a consumer behavior that reflects a positive tendency towards a brand by continuing to buy a brand in the long term*".

Setelah peneliti menjabarkan definisi-definisi dari setiap variabel penelitian maka pada sub bab berikutnya akan menjabarkan operasional variabel guna memperjelas variabel-variabel dalam penelitian ini.

### 3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan indikator yang digunakan dalam penyusunan penelitian. Berdasarkan pengertian-pengertian ketiga variabel yang akan diteliti diatas, peneliti menetapkan sub variabel, kemudian dikembangkan menjadi indikator-indikator. Indikator-indikator tersebut dikembangkan lagi menjadi item-item pertanyaan atau pernyataan yang akan digunakan dalam pembuatan kuesioner. Agar lebih jelas tentang operasional variabel maka dapat dilihat pada Tabel 3.1 halaman berikut ini:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Variabel Penelitian/Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<b>Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)</b>  kualitas produk adalah keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan yang	Kinerja ( <i>performance</i> )	Material utama produk Rabbani	Tingkat material utama produk busana muslim Rabbani	Ordinal	1

Tabel lanjutan 3.1

	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
menjadikan barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen  <b>Mowen dan Minor dalam Dinawan (2018:12)</b>	kehandalan ( <i>reliability</i> )	Kenyamanan produk Rabbani saat dipakai	Tingkat kenyamanan produk busana muslim Rabbani	Ordinal	2
		Kesesuaian produk yang dihasilkan Rabbani	Tingkat kesesuaian produk busana muslim Rabbani	Ordinal	3
	Daya Tahan ( <i>durability</i> )	Daya tahan produk	Tingkat daya tahan produk busana muslim Rabbani	Ordinal	4
	Keamanan ( <i>security</i> )	Keamanan kualitas produk	Tingkat keamanan kualitas produk	Ordinal	5
		Memberikan garansi disetiap produk Rabbani	Tingkat garansi produk busana muslim Rabbani	Ordinal	6
<b>Harga (X<sub>2</sub>)</b>  Harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk.  <b>Kotler dan Armstrong (2017:78)</b>	Keterjangkauan harga	Harga yang ditawarkan sesuai keinginan konsumen	Tingkat Harga yang ditawarkan produk Rabbani	Ordinal	7
		Harga terjangkau oleh kemampuan pelanggan	Tingkat keterjangkauan harga	Ordinal	8
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang ditawarkan sesuai dengan material yg diberikan	Tingkat kesesuaian harga sesuai dengan produknya	Ordinal	9
		Kesesuaian harga dengan daya tahan dan keindahan produk	Tingkat kesesuaian harga terhadap daya tahan dan keindahan produk	Ordinal	10
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga sesuai dengan manfaat yang diterima	Tingkat harga sesuai dengan manfaat	Ordinal	11
	Harga sesuai kemampuan	Terdapat diskon disetiap item	Tingkat potongan harga produk	Ordinal	12

Lanjutan Tabel 3.1

	atau daya saing harga	Harga sesuai dengan harapan pelanggan	Tingkat harga sesuai harapan pelanggan	Ordinal	13
--	-----------------------	---------------------------------------	--	---------	----

Variabel Penelitian/Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<b>Loyalitas pelanggan (Y)</b>  <i>Loyalty is a consumer behavior that reflects a positive tendency towards a brand by continuing to buy a brand in the long term</i>  <b>Cavallone (2017:35)</b>	Repeat buyer (Pembelian Ulang)	Pelanggan akan melakukan pembelian produk Rabbni Dupati Ukur	Tingkat pembelian ulang secara teratur.	Ordinal	14
		Kesetiaan dalam melakukan pembelian produk Rabbani Dipati Ukur	Tingkat kesetiaan melakukan pembelian produk Rabbani Dipati Ukur	Ordinal	15
	Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan (Retention)	Tidak mudah terpengaruh oleh produk dari pesaing	Tingkat kekebalan pelanggan terhadap tarikan daya pesaing	Ordinal	16
		Tidak berkeinginan untuk berpindah produk selain Rabbani Dipati Ukur	Tingkat tidak ada ketertarikan untuk berpindah pada produk lain	Ordinal	17
	Mereferensikan secara total esistensi Perusahaan (Referrals)	Merekomendasikan Rabbani DU kepada orang lain.	Tingkat kesediaan untuk merekomendasikan Rabbani DU kepada orang lain.	Ordinal	18
		Melakukan promosi mengenai Rabbani DU.	Tingkat promosi mengenai Rabbani DU.	Ordinal	19
	Membeli diluar lini produk dan jasa ( <i>buying outside the product line</i> )	Kesediaan pelanggan untuk membeli produk lain yang ditawarkan Rabbani DU	Tingkat kesediaan pelanggan untuk membeli produk lain yang ditawarkan Rabbani DU	Ordinal	20

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Instrumen penelitian yang digunakan adalah daftar pernyataan kuesioner yang di transformasi dari pra penelitian kemudian disusun berdasarkan indikator-indikator yang dijabarkan dalam Tabel operasionalisasi variabel.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian

ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data dan untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dan jumlah karakteristik yang dimiliki populasi yang disebut sampel, dan sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.

### 3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2018:80). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen busana muslim Rabbani di Dipati Ukur tahun 2022 yang berjumlah 8.433 pengunjung.

**Tabel 3.2**  
**Data Pengunjung Outlet Rabbani Tahun 2022**

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	627
2	Februari	632
3	Maret	776
4	April	1.324
5	Mei	811
6	Juni	764
7	Juli	673
8	Agustus	574
9	September	685
10	Oktober	535
11	November	521
12	Desember	509
<b>jumlah</b>		<b>8.433</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>695</b>

Sumber : Rabbani Dipati Ukur

### 3.3.2 Sampel

Suatu penelitian terkadang memiliki jumlah populasi yang sangat banyak sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh. Untuk itu diperlukan sebagian dari populasi tersebut yang dapat mewakili dari



seluruh populasi yang ada. Menurut Sugiyono (2018:127) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi yang pada penelitian. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif (dapat mewakili). Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus *Slovin* yang dikemukakan oleh Sugiyono (2018:137) dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai  $e=10%$  adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

$N$  = Jumlah sampel yang diperlukan

$N$  = Jumlah populasi

$e^2$  = Tingkat kesalahan sampel (sampling error), 10% (0,1)

Populasi yang teridentifikasi pada penelitian ini adalah jumlah konsumen Rabbani yang melakukan pembelian dengan jumlah 695 konsumen dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,1) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90%, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{695}{1 + 695(0,1)^2} = 87,42 = 87,42 \text{ dibulatkan menjadi } 87$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diperoleh ukuran sampel (n) dalam penelitian ini sebanyak 87 orang pengunjung dengan batasan toleransi kesalahan 10%. Jumlah pengunjung tersebut akan dijadikan sebagai ukuran sampel penelitian di busana muslim Rabbani Dipati Ukur.

### **3.4 Teknik *Sampling***

Menurut Sugiyono (2018:128) teknik sampling merupakan Teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2018:131) *nonprobability sampling* adalah teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

*Nonprobability sampling* terdiri dari sampling sistematis, kouta, insidental, jenuh, *purposive* dan *snowball sampling*. Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan *purposive sampling*, menurut Sugiyono (2018:133) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Tahap pengumpulan data yang dilakukan peneliti pada penelitian ini yaitu dengan membagikan kuesioner kepada responden penelitian. Peneliti tidak perlu memberikan instruksi secara langsung kepada responden penelitian, karena pada kuesioner telah dicantumkan penjelasan cara pengisian kuesioner, sehingga diasumsikan bahwa responden penelitian dapat memahami cara pengisian

kuesioner yang benar. Selain itu, untuk mendapatkan data yang diperlukan guna menunjang penelitian maka dibutuhkan beberapa teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini dapat dikumpulkan teknik-teknik sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*field research*) Mengumpulkan data dengan melakukan survei lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, terdiri dari :
  - a. Wawancara Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan responden ataupun pihak perusahaan dengan tujuan memperoleh data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti di lokasi penelitian yaitu di Rabbani.
  - b. Kuesioner Kuesioner ini akan dibagikan kepada responden dengan mengajukan daftar pertanyaan atau pernyataan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti secara berstruktur yang dianggap perlu.
  - c. Observasi Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2018:145).
2. Studi kepustakaan (*library research*) Dengan studi kepustakaan peneliti berusaha untuk memperoleh berbagai informasi sebanyak-banyaknya untuk dijadikan sebagai dasar teori dan acuan dalam mengolah data, dengan cara membaca, mempelajari, menelaah dan mengkaji literatur-literatur berupa

buku-buku, jurnal, makalah, dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Peneliti juga berusaha mengumpulkan, mempelajari, dan menelaah data-data sekunder yang berhubungan dengan objek yang akan penulis teliti.

### **3.6 Uji Instrumen Penelitian**

Validitas adalah suatu alat yang digunakan menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut pendapat Sugiyono (2021:175) menyatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau ketepatan suatu alat ukur. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya. Valid berarti bahwa instrumen tersebut dapat diukur untuk mengukur apa seharusnya diukur. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara analisis faktor, yaitu mengkorelasikan antara skor butir soal dengan total dengan menggunakan rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut :

#### **3.6.1 Uji Validitas**

Validitas adalah sejauh mana suatu alat ukur itu menunjukkan ketetapan dan kesesuaian, menurut Sugiyono (2017:384) validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk mencari nilai

kolerasinya peneliti menggunakan metode *Pearson Product Moment* dengan rumusan sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2] [n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi *product moment*

r = Koefisien validitas item yang dicari

x = skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

n = Jumlah responden dalam uji instrumen

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\Sigma A$  = Jumlah total skor belahan ganjil

$\Sigma B$  = Jumlah total skor belahan genap

$\Sigma A^2$  = Jumlah kuadrat total skor belahan ganjil

Menurut pendapat Sugiyono (2021:125) untuk mencari validitas sebuah item, harus mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antaritem dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statiscal Product and Service Solution*). Hasil dari uji validitas ini dapat dilihat pada bagain *Item-Total Statstic* dan untuk melihat hasil dari masing-masing responden dapat dilihat dalam Tabel *Item-Total Correlation*.

### 3.6.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan suatu ukuran yang dapat dipercaya, dengan kata lain jika dilakukan dua (dua kali) atau lebih pengukuran untuk gejala yang sama, maka pengukuran tersebut harus dilakukan. Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketelitian, akurasi dan konsistensi, meskipun kuesioner digunakan dua kali atau lebih pada waktu lain. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item yang dinyatakan valid dalam kuesioner (Sugiyono 2021: 173).

Metode yang akan digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode *Alpha Cronbach (CA)* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus spearman brown untuk mengetahui konsistensi alat ukur apakah dapat diandalkan dan konsistensi jika dilakukan pengukuran berulang dengan instrumen tersebut, berikut ini cara kerjanya :

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus :

$$r_{AB} = \frac{n(\Sigma AB) - (\Sigma A)(\Sigma B)}{\sqrt{[(n\Sigma A^2) - (\Sigma A^2)] [(n\Sigma B^2) - (\Sigma B^2)]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi product moment

- A = Variabel nomor ganjil
- B = Variabel nomor genap
- $\Sigma A$  = Jumlah total skor belahan ganjil
- $\Sigma A^2$  = Jumlah total skor belahan ganjil
- $\Sigma B$  = Jumlah total skor belahan genap
- $\Sigma B^2$  = Jumlah kuadran total skor belahan genap
- $\Sigma AB$  = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi spearman brown sebagai berikut :

$$r = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan :

r = Nilai reliabilitas

$r_b$  = Korelasi *pearson product method* antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7.

Setelah mendapat nilai reliabilitas instrumen ( $r_b$  hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut ini merupakan keputusannya :

1. Jika  $r_{hitung} >$  dari  $r_{Tabel}$ , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel.
2. Jika  $r_{hitung} <$  dari  $r_{Tabel}$ , maka instrument tersebut dikatakan tidak reliabel.

Selain valid, Alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal

tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

### **3.7 Metode Analisis dan Uji Hipotesis**

Metode analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul (Sugiyono 2020:206), kegiatan dalam analisis data adalah melakukan pengumpulan data, kemudian ditentukan alat untuk memperoleh data dari elemen – elemen yang akan diteliti. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuisisioner dapat dikelompokkan dalam tiga langkah ,yaitu : persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian. Persiapan ialah kelengkapan lembar kuisisioner serta memeriksa kebenaran cara pengisian.

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui Tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, %til, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis kolerasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono, 2018:207). Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan pendapat yang telah dipaparkan dapat disimpulkan analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel



independent ( $X_1$ ) = Kualitas produk, ( $X_2$ ) = Harga terhadap variabel dependen (Y) = Loyalitas pelanggan.

### 3.7.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini juga menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap variabel  $X_1$  (Kualitas produk), variabel  $X_2$  (Harga), dan variabel Y (Loyalitas pelanggan) *outlet* Rabbani Dipati Ukur. Menurut Sugiyono (2018:64) analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain.

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala likert. Skala likert menurut Sugiyono (2018:146) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap item dari kuesioner tersebut memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda-beda. Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan dan mendukung pertanyaan (item positif hingga item negatif) skor tersebut berguna untuk mengetahui alternatif jawaban yang dipilih oleh responden.

Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner, dimana yang diteliti adalah sampel yang telah ditentukan sebelumnya langkah-langkah yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

1. Membuat pertanyaan atau kuesioner dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan yang akan diberikan kepada responden, yaitu konsumen busana muslim Rabbani.
2. Membagikan daftar kuesioner, dengan tujuan mendapatkan keakuratan informasi yang diinginkan.
3. Mengumpulkan jawaban atas kuesioner yang telah diisi oleh responden dikumpulkan oleh peneliti untuk dapat diolah menjadi data yang dapat diinformasikan.
4. Memberikan skor atas jawaban pemberian responden, setiap item dari kuesioner dengan rentang nilai 1 sampai 5 pada masing-masing pernyataan.
5. Membuat tabulasi jawaban responden atas kuesioner.
6. Melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap setiap pertanyaan kuesioner.
7. Membandingkan total skor setiap variabel dengan kriteria variabel.
8. Membuat kesimpulan setiap variabel.

Berdasarkan pernyataan yang dijelaskan oleh Sugiyono, berikut ini terdapat lima kategori pembobotan dalam skala likert yang dijelaskan dalam Tabel 3.3 di bawah yaitu :

**Tabel 3.3**  
**Alternatif Jawaban Skala Likert**

Alternatif Jawaban	Skor
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
KS (Kurang Setuju)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber : Sugiyono (2021:94)

Setelah setiap indikator memiliki jumlah, kemudian hitung rata-rata dari setiap indikator untuk mengetahui skor variabel penelitian masuk kedalam kategori sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju atau sangat tidak setuju. Berikut ini adalah cara perhitungan untuk mengetahui skor rata-rata dari setiap pernyataan yang telah di sebarakan dalam bentuk kuesioner yang diisi oleh responden yaitu konsumen Rabbani Dipati Ukur :

$$\Sigma p = \frac{\Sigma \text{jawaban kuesioner}}{\Sigma \text{pertanyaan} \times \Sigma \text{responden}} = \text{skor rata - rata}$$

Setelah mengetahui skor rata-rata dari setiap item pernyataan dalam kuesioner, maka jawaban akan diketahui dan hasil tersebut di interpresentasikan dengan alat bantu berikut ini :

$$\text{Nilai Jenjang Interval (NJI)} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kriteria pertanyaan}}$$

Keterangan :

Indeks minimum = 1

Indeks maksimum = 5

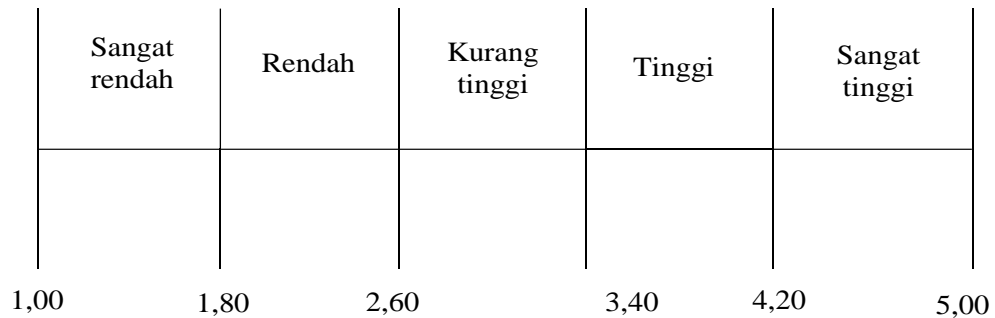
Jarak interval =  $\frac{5-1}{5} = 0$

**Tabel 3.4**  
**Kategori Skala**

Skala	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Rendah
2,61 – 3,40	Kurang Tinggi
3,41 – 4,20	Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat Tinggi

Sumber : Sugiyono (2021:97)

Berdasarkan hasil diatas, maka secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut ini :



**Gambar 3.2**  
**Garis Kontinum**

### 3.7.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2021: 55), analisis validitas merupakan metode penelitian yang dirancang untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode ini digunakan untuk menguji keabsahan hipotesis. Verifikatif adalah menguji teori dengan memeriksa apakah hipotesis diterima. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas pelanggan ( $Y$ ). Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pengatuh tersebut, maka peneliti menggunakan beberapa metode seperti *method successive interval* (MSI), analisis regresi linier berganda, dan analisis korelasi berganda. Berikut peneliti memaparkan beberapa metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

#### 3.7.2.1 *Method of Successive Interval* (MSI)

Metode suksesif interval (*Method Of Successive Internal*) merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil

penyebaran kuesioner terhadap responden yang berupa ordinal perlu di transformasi menjadi data interval, karena penggunaan analisis linier berganda data yang telah diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method Of Successive Internal*). Dalam banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi pearson, uji t dan lain sebagainya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika hanya mempunyai data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah kedalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut. Langkah- langkah menganalisis data dengan menggunakan MSI (*Method Of Successive Internal*) sebagai berikut :

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pertanyaan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden disebut dengan proposi.
4. Menentukan proposi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribur normal.
5. Menggunakan Tabel distribusi normal standar yang tentukan oleh nilai Z.
6. Menghitung *Scale Value* (SV) untuk masing-masing reponden dengan rumusan berikut.

$$SV = \frac{(\text{density at lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area under upper limit}) - (\text{Are under lower limit})}$$

Keterangan :

*SV (Scale Value)* = rata-rata interval

*Density at lower limit* = kepaduan batas bawah

*Density at upper limit* = kepaduan batas atas

*Area under upper limit* = daerah dibawah batas atas

*Area under lower limit* = daerah dibawah batas bawah

7. Menghitung skor hasil informasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus :

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1 + [SVmin]$$

### 3.7.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat) apakah masing-masing variabel independen (bebas) berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen (terikat) dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen (terikat) apabila nilai variabel independen (bebas) mengalami kenaikan atau perubahan.

Dikatakan regresi linier berganda, karena jumlah variabel bebas (independen) sebagai prediktor lebih dari satu, analisis regresi linier berganda merupakan metode statistik yang paling jamak dipergunakan dalam penelitian-

penelitian sosial, terutama penelitian ekonomi. Adapun persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Variabel terikat/dependen (Loyalitas pelanggan)

a = Bilangan konstanta

$\beta_1$  = Koefisien korelasi variabel bebas/independen

$\beta_2$  = Koefisien korelasi variabel bebas/independen

X<sub>1</sub> = Variabel bebas/independen (Kualitas Produk)

X<sub>2</sub> = Variabel bebas/independen (Harga)

e = Standar error/variabel pengganggu

### 3.7.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi ganda merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antar variabel X<sub>1</sub> (variabel independen) dalam penelitian ini yaitu Kualitas Produk dan X<sub>2</sub> (variabel independen) pada penelitian ini yaitu Harga dan variabel Y (dependen) pada penelitian ini yaitu Loyalitas pelanggan. Kekuatan hubungan antar variabel ini bisa disebut dengan “koefisien korelasi”. Koefisien korelasi adalah nilai yang menunjukkan kuat tidaknya hubungan linier antara dua variabel. Berikut ini adalah rumus korelasi berganda yang di pilih oleh peneliti untuk menghitung korelasi berganda dalam penelitian :

$$R = \frac{JK_{(regresi)}}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

R = Koefisien korelasi ganda

$JK_{(regresi)}$  = Jumlah kuadrat regresi

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat total

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan  $-1 < r < 1$  sebagai berikut :

Apabila r = 1, artinya terdapat hubungan antara variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Loyalitas pelanggan (Y)

Apabila r = -1, artinya terdapat hubungan antar variabel negatif.

Apabila r = 0, artinya tidak terdapat hubungan korelasi antara variabel.

Besarnya koefisien korelasi berkisar antara 1 sampai dengan (-1). Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan (*strength*) hubungan linier dan arah hubungan dua variabel acak. Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada Tabel 3.5 taksiran besarnya koefisien korelasi yang telah disajikan sebagai paduan untuk alat ukur yang telah ditentukan untuk mengelompokkannya yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3. 5**  
**Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Lemah
0,200 – 0,399	Lemah
0,400 – 0,599	Cukup
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2021 : 184)



#### 3.7.2.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya kontribusi (pengaruh) variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan variabel Harga ( $X_2$ ) terhadap variabel Loyalitas pelanggan (Y). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus berikut :

a. Analisis koefisien determinasi berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan variabel Harga ( $X_2$ ) terhadap variabel Loyalitas pelanggan (Y). secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd : Nilai koefisien determinasi

r : Koefisien korelasi product moment

100% : Pengali yang menyatakan dalam persentase

b. Analisis determinasi parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan variabel Harga ( $X_2$ ) terhadap variabel Loyalitas pelanggan (Y). secara parsial :

$$Kd = \beta \times \text{Zero Order}$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

$\beta$  = Nilai *standardized coefficients*

*Zero Order* = Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

- a. Jika  $R^2$  mendekati (0), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel dinyatakan lemah.
- b. Jika  $R^2$  mendekati (1), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan kuat.

### 3.7.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu jawaban sementara yang bersifat praduga dan perlu dibuktikan kebenarannya. Uji hipotesis dilakukan peneliti untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Uji hipotesis dirumuskan dengan Hipotesis nol ( $H_0$ ) dan Hipotesis alternatif ( $H_a$ ).

#### 3.7.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independent secara serempak terhadap variabel dependen. Uji F dilaksanakan dengan langkah membandingkan dari  $F_{hitung}$  dengan  $F_{Tabel}$  menentukan taraf nyata (signifikan) yang digunakan yaitu  $\alpha = 0,10$ . Selanjutnya hipotesis  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan  $F_{Tabel}$  sebagai berikut :

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{Tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya  $H_a$  diterima.
- b. Jika  $F_{hitung} < F_{Tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan sebaliknya  $H_a$  ditolak.

#### 3.7.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel

independent secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t dilaksanakan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t Tabel. Tingkat kesalahan yang dapat ditolerir atau tingkat signifikansinya dalam penelitian ini mengajukan hipotesis dengan taraf nyata  $\alpha = 0,05$  sebagai berikut :

1. Tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} > t_{Tabel}$   $H_a$  diterima untuk nilai positif ( signifikan).
2. Terima  $H_0$  jika  $t_{hitung} < t_{Tabel}$   $H_a$  ditolak untuk nilai negatif (tidak signifikan).

### **3.8 Rancangan Kuesioner**

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan kedalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kualitas produk, Harga dan Loyalitas pelanggan sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan. Responden tinggal memilih pernyataan yang sudah disediakan peneliti dengan pilihan seperti; sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Responden tinggal memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti.

### **3.9 Lokasi dan Tempat Penelitian**

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh penelitian yaitu berlokasi di CV. Rabbani Rasysa (Rabbani) Kota Bandung yang berlokasi di Jl. Dipati Ukur No.44

lebakgede, Bandung. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2023 sampai selesai.

