

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas terhadap loyalitas pengguna pelembab muka (survei pada pelanggan pelembab muka Sari Ayu).

Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (*independent variable*) yaitu kualitas produk. Masalah penelitian yang merupakan variabel terikat (*dependent variable*) adalah loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan terhadap pelanggan pelembab muka Sari Ayu.

Variabel bebas yang pertama adalah kualitas produk yang terdiri dari kinerja (*performance*), ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*feature*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), keandalan (*reliability*), daya tahan (*durability*), estetika (*aesthetic*), kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), kemudahan pelayanan (*serviceability*). Hanya saja dalam penelitian ini kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) tidak digunakan karena kurang sesuai dengan objek yg diteliti. Masalah penelitian yang merupakan variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan yang meliputi pelanggan membeli produk tersebut secara teratur (*repetition*), pelanggan secara teratur membeli produk di luar produk lini atau jasa (*purchase across product line and service*), perekomendasi ke pihak lain (*refers to others*), kekebalan (*immunity*).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut Sugiyono (2008:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara satu dengan variabel yang lain. Jenis penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Dalam hal ini penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *descriptive survey* dan metode *explanatory survey*. Penelitian yang menggunakan *descriptive survey* dan metode *explanatory survey* dilakukan melalui kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian (empirik) melalui alat kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang diteliti terhadap permasalahan penelitian.

Seperti yang diungkapkan Sugiyono (2009:11) “Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya”.

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu tertentu, maka metode penelitian yang digunakan adalah *Cross Sectional Method*. *Cross sectional method* adalah kegiatan riset yang dilakukan pada satu saat tertentu. Jadi fakta yang dapat digambarkan merupakan kegiatan pada saat tertentu. Selanjutnya berdasarkan fakta tersebut dilakukan penyimpulan mengenai masalah-masalah penelitian yang ingin dibuktikan atau dicari hubungannya (Freddy Rangkuti, 2008:20).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini peneliti menggunakan skala pengukuran yaitu skala semantic differential. Skala semantic differential yaitu skala untuk mengukur sikap, tetapi bentuknya bukan pilihan ganda maupun checklist, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum di mana jawaban yang sangat positif terletak dibagian kanan garis, dan jawaban yang sangat negatif terletak dibagian kiri garis, atau sebaliknya.

Data yang diperoleh melalui pengukuran dengan skala semantic differential adalah data interval. Skala bentuk ini biasanya digunakan untuk mengukur sikap atau karakteristik tertentu yang dimiliki seseorang. Sebagai contoh penggunaan skala semantic differential ialah

Bad I I I I I I I **I** **Good**

Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 di bawah ini

TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN

VARIABEL /SUB- VARIABEL	Konsep Teoritis	Konsep Empiris			No Item
		Indikator	Ukuran	Skala	
Kualitas Produk (X)	” Produk merupakan hal apapun yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan” Kotler dan Amstrong (2010:248)				
	Karakteristik operasional kinerja yang terpenting yang ada pada produk	<ul style="list-style-type: none"> • Kinerja (<i>performance</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kelembabansetelah memakai pelembab muka • Tingkat kenyamanan menggunakan pelembab muka Sari Ayu 	Interval	C.1 C.2
	Keistimewaan / tambahan suatu produk inti yang dapat menambah suatu nilai produk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (<i>feature</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fungsi tambahan pelembab muka • Tingkat kehalusan bentuk isi pelembab muka 	Interval	C.3 C.4
	Keselarasan antar pengawasan kualitas, desain produk serta karakteristik oprasional untuk menentukan standar kualitas produk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specification</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat kesesuaian standar pelembab muka 	Interval	C.5
	Keandalan fungsi produk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keandalan (<i>realibility</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wajah tetap lembab ▪ Kecocokan jenis kulit 	Interval	C.6 C.7
	Kemampuan suatu produk didalam memberikan fungsinya	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Daya tahan (<i>durability</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lembab yang tahan lama ▪ Tidak membuat wajah rusak ▪ Masa kadaluarsa yg lama 	Interval	C.8 C.9 C.10

Sandra Monica, 2012
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

VARIABEL /SUB- VARIABEL	Konsep Teoritis	Konsep Empiris			No Item
		Indikator	Ukuran	Skala	
	Bagaimana produk dapat didengar, dirasa, dilihat, diraba, atau disentuh	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estetika (<i>aesthetic</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat kemenarikan bentuk kemasan ▪ Tingkat kemenarikan desain kemasan ▪ Tingkat kemenarikan warna kemasan 	Interval	<p>C.11</p> <p>C.12</p> <p>C.13</p>
	Kecepatan, kompetensi, kemudahan, penanganan keluhan yang memuaskan.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kemudahan pelayanan (<i>serviceability</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adanya layanan keluhan konsumen ▪ Tingkat kecepatan menangani keluhan ▪ Tingkat kemudahan dalam mendapatkan produk 	Interval	<p>C.14</p> <p>C.15</p> <p>C.16</p>
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan adalah persetujuan yang menunjukkan perilaku pembelian ulang terhadap pelayanan perusahaan, membangun sikap positif terhadap kepentingan perusahaan, dan pemberi layanan hanya mempertimbangkan pengguna ketika adanya layanan untuk layanan. (Gremler & Brown, 2008:4)			Interval	

VARIABEL /SUB- VARIABEL	Konsep Teoritis	Konsep Empiris			No Item
		Indikator	Ukuran	Skala	
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pembelian ulang (<i>Repetition</i>) 	Tingkat kesediaan membeli ulang terhadap produk pelembab muka Sari Ayu karena : <ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja Produk 2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan 3. Kesesuaian dengan spesifikasi 4. Keandalan 5. Daya tahan 6. Estetika 7. Kemudahan dalam menggunakan produk 	Interval	D.17 D.18 D.19 D.20 D.21 D.22 D.23
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pembelian di luar lini produk/jasa (<i>Purchase across product line and service</i>) 	Tingkat kesediaan membeli produk di luar lini produk pelembab muka Sari Ayu karena : <ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja Produk 2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan 3. Kesesuaian dengan spesifikasi 4. Keandalan 5. Daya tahan 6. Estetika 7. Kemudahan dalam menggunakan produk 	Interval	D.24 D.25 D.26 D.27 D.28 D.29 D.30

VARIABEL /SUB- VARIABEL	Konsep Teoritis	Konsep Empiris			No Item
		Indikator	Ukuran	Skala	
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perekomendasi ke pihak lain (<i>Refers to others</i>) 	Tingkat kesediaan merekomendasikan kepada orang lain karena : <ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja Produk 2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan 3. Kesesuaian dengan spesifikasi 4. Keandalan 5. Daya tahan 6. Estetika 7. Kemudahan dalam menggunakan produk 	Interval	D.31 D.32 D.33 D.34 D.35 D.36 D.37
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kekebalan (<i>immunity</i>) 	Tingkat tidak tertarik membeli produk lain karena : <ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja Produk 2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan 3. Kesesuaian dengan spesifikasi 4. Keandalan 5. Daya tahan 6. Estetika 7. Kemudahan dalam menggunakan produk 	Interval	D.38 D.39 D.40 D.41 D.42 D.43 D.44

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya data dibedakan menjadi dua, yaitu data

Sandra Monica, 2012
 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

primer dan data sekunder. Menurut Husein Umar (2008:42) yang dimaksud dengan data primer dan data sekunder adalah:

1. Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau yang terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data tertentu, dengan kata lain data primer diperoleh secara langsung.
2. Data sekunder adalah Data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian pihak lain atau data yang sudah tersedia sebelumnya yang diperoleh dari pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel dan jurnal ilmiah. Ada dua jenis data sekunder, yaitu data internal dan data eksternal. Yang termasuk data internal adalah data yang berasal dari dalam perusahaan, sedangkan data eksternal dapat berupa data yang dipublikasikan secara umum dan yang diperdagangkan.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam tabel berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Tingkat pertumbuhan sektor industri kosmetik dan toiletries tahun 2010-2011	Sekunder	SWA 12/XXVII/9 Juni – 22 Juni 2011, SWA 10/XXVI/12 Mei – 25 Mei 2010
2	Industri pelembab muka Indonesia	Sekunder	Berbagai Sumber
3	Indeks kepuasan pelembab muka 2011	Sekunder	SWA No.19/XXV/3-13 September 2009 & SWA No.21/XXVI/4-13 Oktober 2010
4	Loyalitas pelanggan produk pelembab muka 2011	Sekunder	SWA No.14/XXVII/7-17 Juli 2011
5	Produk pelembab muka Sariayu	Sekunder	http://www.sariayu.com/products
6	Faktor pertimbangan konsumen dalam membeli	Primer	Hasil Pra Survei 2010

Sandra Monica, 2012
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

	produk kosmetik bermerek		
7	Kualitas produk pelembab muka Sari Ayu	Primer	Hasil Pra Survei 2010

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2010

3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono,2008:90). Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila sebuah penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka yang menjadi populasi sasaran pada penelitian ini adalah pelanggan yang pelanggan yang membeli dan menggunakan produk pelembab muka Sari Ayu dapat dilihat pada Tabel 3.3 dibawah ini

TABEL 3.3
JUMLAH POPULASI WANITA PENGGUNA PELEMBAB MUKA SARI AYU DI KELURAHAN KEBONWARU BANDUNG

RW	Jumlah Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu
01	37
02	20
03	26
04	35
05	12
06	32
07	31

Sandra Monica, 2012
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

08	35
09	23
10	20
11	33
Total	304

Sumber: Pra penelitian 2011

3.2.4.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2009:116) adalah: "Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi". Dari populasi yang telah ditentukan di atas, maka dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar dalam artian sampel tersebut harus representatif atau mewakili dari populasi tersebut. Untuk pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang representatif atau mewakili, maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Penelitian ini tidak mungkin semua populasi diteliti, hal ini disebabkan karena keterbatasan waktu, dana, dan tenaga. Maka penelitian diperkenankan mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili bagian lain yang diteliti.

Penentuan sampel dari populasi yang telah ditetapkan, perlu dilakukan suatu pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah n . Husein Umar (2008:141), mengemukakan bahwa ukuran sampel dari suatu populasi dapat menggunakan bermacam-macam cara, salah satunya adalah dengan menggunakan teknik Slovin dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Sandra Monica, 2012

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir ($e = 0,1$)

Dalam mendapatkan populasi (N), maka dilakukan perhitungan dengan menggunakan rata-rata. Berdasarkan rumus Slovin, maka ukuran sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{304}{1+304(0,1)}$$

$$n = \frac{304}{4,04}$$

$$= 75,247 \text{ (dibulatkan menjadi 75 orang)}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 75 orang.

3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan *sample* yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Menurut Suharsimi Arikunto (2009:111) teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

Menurut Sugiyono (2008:73), "Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel". Terdapat dua jenis sampel yaitu sampel *probability* dan *nonprobability*. Sampel *probability* merupakan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel sedangkan sampel *nonprobability* kebalikan dari *probability* dimana setiap elemen

Sandra Monica, 2012

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu\

atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif.

Sampel *probability* memiliki empat jenis teknik penarikan yaitu *Simple Random Sampling*, *Systematic Sampling*, *Stratification Sampling* dan *Cluster Sampling*. Sedangkan sampel *nonprobability* memiliki tiga jenis teknik penarikan yaitu *Convenience Sampling*, *Purposive Sampling*, *Snowball Sampling*.

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *simple random sampling* atau pengambilan sampel secara acak, karena populasi dianggap homogen pada pengguna pelembab muka Sari Ayu.

Menurut Suharsimi Arikunto (2009:134) teknik ini digunakan apabila populasi yang diteliti dianggap homogen. Peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan (*chance*) dipilih menjadi sampel. Oleh karena itu hak setiap subjek sama, maka peneliti terlepas dari perasaan ingin mengistimewakan satu atau beberapa subjek untuk dijadikan sampel.

Menurut Ruth McNeil (2005:296) *Simple Random Sampling* adalah satu set dimana setiap individu atau unit memiliki kemungkinan untuk inklusi (diperhitungkan dan kemungkinan semua terpilih). Pada dasarnya, banyak faktor yang akan mempengaruhi keputusan berapa besar sampel yang ditentukan, diantaranya adalah banyaknya populasi, seberapa penting keputusan yang dibuat dari hasil penelitian, jenis penelitian yang dilakukan, seberapa akurat dalam berprediksi, perlu tidaknya sampel yang representatif, kebutuhan data yang akan dianalisis dan keterbatasan anggaran.

Jumlah sampel sebanyak 75 orang responden oleh peneliti dilakukan penarikan sampel dengan menghitungnya melakukan metode alokasi Neyman (*Neyman Allocation Method*). Metode ini dipergunakan bila ragam setiap stratum berbeda-beda besarnya sedangkan ongkos per unit penarikan sampel dianggap relatif sama. Dengan rumus :

$$n = \frac{Z^2 \left(\sum_{h=1}^L N_h S_h \right)^2}{N^2 G^2 + Z^2 \sum_{h=1}^L N_h S_h^2} \quad \text{dengan alokasi : } n_h = \frac{N_h S_h}{\sum_{h=1}^L N_h S_h} \cdot n$$

Berikut adalah perhitungannya :

TABEL 3.4
PENARIKAN SAMPEL PADA SETIAP RW TERPILIH

RW	Jumlah Pengguna / Jumlah Populasi * Jumlah Sampel yang Diteliti	Sampel
01	37/304*75	9
02	20/304*75	5
03	26/304*75	6
04	35/304*75	9
05	12/304*75	3
06	32/304*75	8
07	31/304*75	8
08	35/304*75	9
09	23/304*75	6
10	20/304*75	5
11	33/304*75	8
Total		75

Sumber: Pra penelitian 2011

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mengacu pada cara apa yang perlu dilakukan dalam penelitian agar dapat memperoleh data. Teknik pengumpulan data dapat

Sandra Monica, 2012
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

dilakukan dengan cara kombinasi secara langsung atau tidak langsung. Penelitian ini memperoleh data dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Studi kepustakaan, yaitu suatu teknik untuk mendapatkan data teoritis dari para ahli melalui sumber bacaan yang berhubungan dan menunjang terhadap variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini, antara lain mengenai kualitas produk dan harga serta loyalitas pelanggan.
2. Studi lapangan, yang terdiri dari :
 - a. Observasi, yaitu pengamatan dan peninjauan langsung terhadap objek yang sedang diteliti yaitu pelanggan pelembab muka Sari Ayu.
 - b. Wawancara, yaitu pengumpulan data melalui komunikasi langsung dengan pelanggan pelembab muka Sari Ayu.
 - c. Angket/kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden, angket ditujukan kepada pelanggan pelembab muka Sari Ayu.

Penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan studi kepustakaan dan studi lapangan.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pada suatu penelitian, data merupakan hal yang paling penting hal tersebut disebabkan karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari

Sandra Monica, 2012

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliabel*.

Penelitian ini menggunakan data interval yaitu data yang jaraknya sama tetapi tidak memiliki nilai nol absolut. Ciri-cirinya adalah : bersifat menggolongkan, urutan atau jenjang, memiliki jarak menurut satuan pengukuran tertentu, tetapi tidak memiliki titik.

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan *skala semantic differensial*, yang dipergunakan untuk mengukur sikap bentuknya adalah terusun dalam satu garis yang kontinum yang jawaban sangat positifnya terletak di bagian kanan garis dan jawaban yang sangat negatif terletak di bagian kiri garis, atau sebaliknya (Sugiyono, 2008 : 97).

Skala semantik diferensial atau skala perbedaan semantik berisikan serangkaian karakteristik bipolar (dua kutub), seperti : panas-dingin; populer-tidak populer; baik-tidak baik; dan sebagainya. Karakteristik bipolar tersebut mempunyai tiga dimensi dasar sikap seseorang terhadap objek, yaitu (Iskandar, 2000 : 154-155 dalam Riduwan, 2007 : 92) :

- a. Potensi, yaitu kekuatan atau atraksi fisik suatu objek
- b. Evaluasi, yaitu hal-hal yang menguntungkan atau tidak menguntungkan suatu objek.
- c. Aktivitas, yaitu tingkatan gerakan suatu objek.

Data mempunyai kedudukan yang penting dalam suatu penelitian karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang

baik. Akuratnya data tergantung dari instrument pengumpulan data, sedangkan instrumen yang baik harus memiliki dua persyaratan yaitu validitas dan realibilitas.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan suatu instrumen.

Menurut Suharsimi Arikunto (2009:168):

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Pendapat lebih jelas diungkapkan oleh Asep Hermawan (2006:211)

”Validitas data merupakan suatu proses penentuan apakah suatu wawancara dalam survei atau observasi dilakukan dengan benar dan bebas dari bias”.

Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Suharsimi Arikunto 2009:170})$$

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item
- Y = Skor total
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

Sandra Monica, 2012
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolok ukurnya dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf signifikan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Sugiyono, 2009:250})$$

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai t dibandingkan dengan harga t_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.
2. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut valid.
3. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut tidak valid.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 16.0 for windows. Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel 3.5 dibawah ini:

TABEL 3.5
INTERPRESTASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

INTERVAL KOEFISIEN	TINGKAT HUBUNGAN
Antara 0,700 sampai dengan 1,000	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak Tidak Tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak Tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat Tidak Tinggi

Sumber: Suharsimi Arikunto (2009:178)

Sandra Monica, 2012
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama.

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen kualitas produk sebagai variabel X dan loyalitas pelanggan sebagai variabel Y. Jumlah pertanyaan untuk Variabel X adalah 17 terdapat 1 item pertanyaan yang tidak valid, sedangkan untuk item pertanyaan Variabel Y berjumlah 28 dan setelah di uji terdapat 28 item pertanyaan yang valid. Lalu dilakukan *drop out* pada 1 item pertanyaan yang tidak valid dan dilakukan uji validitas ulang. Berikut Tabel 3.6 dan Tabel 3.7 mengenai hasil uji validitas.

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS KUALITAS PRODUK

NO.	PERNYATAAN	r_{hitung}	r_{tabel}	KET
KUALITAS PRODUK				
1. Kinerja (<i>performance</i>)				
1.	Rasa lembab yang diberikan setelah menggunakan pelembab muka Sariayu	0,626	0,374	Valid
2.	Kenyamanan dalam menggunakan pelembab muka Sariayu	0,462	0,374	Valid
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (<i>feature</i>)				
3.	Keragaman fungsi tambahan dari pelembab muka Sari ayu	0,741	0,374	Valid
4.	Kehalusan bentuk isi pelembab muka Sari Ayu	0,449	0,374	Valid
3. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specification</i>)				
5.	Mutu pelembab muka Sari Ayu yang sesuai standar	0,485	0,374	Valid
4. Keandalan (<i>reability</i>)				

Sandra Monica, 2012
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

NO.	PERNYATAAN	r_{hitung}	r_{tabel}	KET
KUALITAS PRODUK				
6.	Wajah tetap lembab	0,769	0,374	Valid
7.	Kecocokan semua jenis kulit	0,521	0,374	Valid
5 Daya tahan (<i>durability</i>)				
8.	Lembab yang tahan lama	0,664	0,374	Valid
9.	Tidak menyebabkan wajah rusak	0,671	0,374	Valid
10.	Masa kadaluarsanya yang lama	0,559	0,374	Valid
6. Estetika (<i>aesthetic</i>)				
11.	Kemenarikan bentuk kemasan pelembab muka Sari Ayu	0,717	0,374	Valid
12.	Kemenarikan desain kemasan pelembab muka Sari Ayu	0,610	0,374	Valid
13.	Kemenarikan warna kemasan pelembab muka Sari Ayu	0,678	0,374	Valid
7. Kemudahan pelayanan (<i>serviceability</i>)				
14.	Adanya layanan keluhan konsumen	0,622	0,374	Valid
15.	Kecepatan melayani konsumen	0,676	0,374	Valid
16.	Kemudahan dalam mendapatkan produk pelembab muka Sari Ayu	0,688	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2012(Menggunakan SPSS 16.0 *For Windows*)

Berdasarkan Tabel 3.6 pada instrumen variabel kualitas produk dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi keandalan (*reliability*) dengan item pertanyaan wajah tetap lembab yang bernilai 0,769. Sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi kinerja (*performance*) dengan item pertanyaan kenyamanan dalam menggunakan pelembab muka Sari Ayu yang bernilai 0,462 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya agak tinggi.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat nilai r tabel sebesar **0,374**. Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel

Sandra Monica, 2012
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

kualitas produk berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 16.0 *for windows*, menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} .

Berikut ini Tabel 3.7 mengenai hasil uji validitas variabel loyalitas pelanggan yang pada penelitian ini dijadikan sebagai variabel Y.

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS LOYALITAS PELANGGAN

NO.	PERNYATAAN	r_{hitung}	r_{tabel}	KET
LOYALITAS PELANGGAN				
1. Pembelian ulang (<i>Repetition</i>)				
1.	Kesediaan membeli ulang terhadap produk pelembab muka Sari Ayu karena kinerja	0,484	0,374	Valid
2.	Kesediaan membeli ulang terhadap produk pelembab muka Sari Ayu karena ciri ciri atau keistimewaan tambahan	0,447	0,374	Valid
3.	Kesediaan membeli ulang terhadap produk pelembab muka Sari Ayu karena kesesuaian dengan spesifikasi	0,539	0,374	Valid
4.	Kesediaan membeli ulang terhadap produk pelembab muka Sari Ayu karena keandalan	0,403	0,374	Valid
5.	Kesediaan membeli ulang terhadap produk pelembab muka Sari Ayu karena daya tahan	0,403	0,374	Valid
6.	Kesediaan membeli ulang terhadap produk pelembab muka Sari Ayu karena estetika	0,492	0,374	Valid
7.	Kesediaan membeli ulang terhadap produk pelembab muka Sari Ayu karena kemudahan pelayanan	0,473	0,374	Valid
2. Pembelian di luar lini produk/jasa (<i>Purchase across product line and service</i>)				
8.	Kesediaan membeli produk di luar lini produk pelembab muka Sari Ayu karena kinerja	0,750	0,374	Valid
9.	Kesediaan membeli produk di luar lini produk pelembab muka Sari Ayu karena ciri-ciri atau keistimewaan tambahan	0,766	0,374	Valid
10.	Kesediaan membeli produk di luar lini produk pelembab muka Sari Ayu karena kesesuaian dengan spesifikasi	0,730	0,374	Valid
11.	Kesediaan membeli produk di luar lini produk pelembab muka Sari Ayu karena keandalan	0,846	0,374	Valid

Sandra Monica, 2012

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

NO.	PERNYATAAN	r_{hitung}	r_{tabel}	KET
LOYALITAS PELANGGAN				
12.	Kesediaan membeli produk di luar lini produk pelembab muka Sari Ayu karena daya tahan	0,760	0,374	Valid
13.	Kesediaan membeli produk di luar lini produk pelembab muka Sari Ayu karena estetika	0,749	0,374	Valid
14.	Kesediaan membeli produk di luar lini produk pelembab muka Sari Ayu karena kemudahan pelayanan	0,668	0,374	Valid
3. Perekomendasi ke pihak lain (<i>Refers to others</i>)				
15.	Kesediaan merekomendasikan kepada orang lain karena kinerja	0,781	0,374	Valid
16.	Kesediaan merekomendasikan kepada orang lain karena ciri-ciri atau keistimewaan fungsi tambahan	0,688	0,374	Valid
17.	Kesediaan merekomendasikan kepada orang lain karena kesesuaian dengan spesifikasi	0,452	0,374	Valid
18.	Kesediaan merekomendasikan kepada orang lain karena kesesuaian dengan spesifikasi	0,569	0,374	Valid
19.	Kesediaan merekomendasikan kepada orang lain karena kesesuaian dengan spesifikasi	0,496	0,374	Valid
20.	Kesediaan merekomendasikan kepada orang lain karena kesesuaian dengan spesifikasi	0,736	0,374	Valid
21.	kesediaan merekomendasikan kepada orang lain karena kemudahan pelayanan	0,792	0,374	Valid
4. Kekebalan (<i>immunity</i>)				
22.	Tidak tertarik membeli produk lain karena kinerja	0,514	0,374	Valid
23.	Tidak tertarik membeli produk lain karena ciri atau keistimewaan fungsi tambahan	0,578	0,374	Valid
24.	Tidak tertarik membeli produk lain karena kesesuaian dengan spesifikasi produk	0,403	0,374	Valid
25.	Tidak tertarik membeli produk lain karena keandalan	0,448	0,374	Valid
26.	Tidak tertarik membeli produk lain karena daya tahan	0,484	0,374	Valid
27.	Tidak tertarik membeli produk lain karena kesesuaian estetika	0,501	0,374	Valid
28.	Tidak tertarik membeli produk lain karena kemudahan pelayanan	0,764	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2012(Menggunakan SPSS 18.0 *For Windows*)

Tabel 3.7 pada instrumen variabel loyalitas pelanggan dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi pembelian di luar lini produk/jasa (*purchase across product line and service*) dengan item pertanyaan kesediaan

Sandra Monica, 2012
 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

membeli produk di luar lini produk pelembab muka Sari Ayu karena keandalan yang bernilai 0,846. Sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi pembelian ulang (*repetition*) dan kekebalan (*immunity*) dengan item pertanyaan kesediaan membeli ulang terhadap produk pelembab muka Sari Ayu karena keandalan, kesediaan membeli ulang terhadap produk pelembab muka Sari Ayu karena daya tahan, dan tidak tertarik membeli produk lain karena kesesuaian dengan spesifikasi produk yang bernilai 0,403 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya tinggi.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat nilai r tabel sebesar **0,374**. Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel loyalitas pelanggan berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 16.0 *for windows*, menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} .

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data tersebut menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan dan konsistensinya didalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilaksanakan pada saat yang berbeda.

Menurut Sugiyono (2008:172), “instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Asep Hermawan (2006:126) mendefenisikan:

Sandra Monica, 2012
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

“Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi akurasi dan prediktabilitas suatu alat ukur.” Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa reliabilitas berkaitan dengan akurasi dan ketepatan suatu alat ukur untuk mengukur karena instrumennya sudah baik.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan rumus Alpha. Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum S_b^2}{S_t^2} \right] \quad (\text{Husein Umar, 2008:170})$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau butir soal

S_t^2 = Deviasi standar total

$\sum S_b^2$ = Jumlah deviasi standar butir

Sedangkan rumus variansnya adalah:

$$S^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{n-1} \quad (\text{Husein Umar, 2008:172})$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel

n = Jumlah responden

X = Nilai skor yang dipilih

S^2 = Nilai varians

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.

Sandra Monica, 2012

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Perhitungan validitas dan reliabilitas setiap item pertanyaan dilakukan dengan bantuan program SPSS 16 *for window*. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 16 *for window* sebagai berikut:

- 1) Memasukkan data variabel X dan variabel Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
- 2) Klik variabel view, lalu isi kolom *name* dengan variabel penelitian (X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *coloum*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: interval).
- 3) Kembali ke data *view*, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Reliability Analyze*
- 4) Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.
- 5) Dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat nilai r tabel sebesar **0,374**. Hasil pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 16.0 *for windows* diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Hal ini dapat dilihat dalam Tabel 3.8 berikut.

TABEL 3.8
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

NO.	VARIABEL	r _{hitung}	r _{tabel}	KET
1	Kualitas Produk	0,919	0,374	Reliabel
2	Loyalitas Pelanggan	0,945	0,374	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2012(Menggunakan SPSS 16.0 For Windows)

3.2.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasar variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan menggunakan produk pelembab muka Sari Ayu.

Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden digunakan rumus persentase sebagai berikut:

$$\% = \frac{n}{N} \times 100$$

Sandra Monica, 2012
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

Dimana:

n = nilai yang diperoleh

N = jumlah seluruh nilai

100 = konstanta

2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul

3. Tabulasi data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Memberi skor pada setiap item

Dalam penelitian ini akan diteliti pengaruh kualitas produk(X) terhadap loyalitas pelanggan (Y), dengan skala pengukuran menggunakan skala *semantic differensial*. Menurut Sugiyono (2008:138-139):

Skala *semantic differensial* digunakan untuk mengukur sikap hanya bentuknya tidak pilihan ganda atau *checklist*, tetapi tersusun dalam garis kontinum yang jawabannya sangat positifnya terletak pada bagian kanan garis dan jawaban yang sangat negatif terletak pada kiri garis atau sebaliknya. Data yang di peroleh adalah data interval. Responden yang memberi penilaian dengan angka 7, berarti sangat positif, sedangkan bila memberi jawaban angka 1 berarti persepsi responden terhadap pertanyaan itu sangat negatif.

Dalam penelitian ini, setiap pernyataan dari angket terdiri dari 7 kategori sebagai berikut, alternatif jawaban tersebut diperlihatkan pada Tabel berikut ini :

TABEL 3.9
SKOR ALTERNATIF JAWABAN PERTANYAAN
POSITIF DAN NEGATIF

Alternatif Jawaban	Setuju	Rentang Jawaban							Tidak Setuju
		7	6	5	4	3	2	1	
Positif		7	6	5	4	3	2	1	
Negatif		1	2	3	4	5	6	7	

Sumber: Modifikasi dari Hermawan, A. (2006:132)

Sandra Monica, 2012
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

b. Menjumlahkan skor pada setiap item

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100%.

4. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis regresi linier. Karena penelitian ini menganalisis dua variabel, yaitu kualitas produk (X) dan loyalitas pelanggan (Y), maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana.

3.2.7.1 Analisis Deskriptif

Data mentah yang telah terkumpul dari hasil kuesioner/survei lapangan harus diolah agar memperoleh makna yang berguna bagi pemecahan masalah. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan ke dalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian.

Persiapan adalah mengumpulkan dan memeriksa kebenaran cara pengisian, melakukan tabulasi hasil kuesioner dan memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem penilaian yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian. dalam bentuk

informasi yang lebih ringkas. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis deskriptif kualitas produk

Variabel X terfokus pada penelitian terhadap kualitas produk yang meliputi: kinerja (*performance*), ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*feature*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), keandalan (*reability*), daya tahan (*durability*), estetika (*aesthetic*), kemudahan pelayanan (*serviceability*).

2. Analisis deskriptif loyalitas pelanggan

Variabel Y terfokus pada penelitian terhadap loyalitas pelanggan yang meliputi: pelanggan membeli produk tersebut secara teratur (*repetition*), pelanggan secara teratur membeli produk di luar produk lini atau jasa (*purchase across product line and service*), perkomendasi ke pihak lain (*refers to others*), kekebalan (*immunity*).

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.10 sebagai berikut:

TABEL 3.10
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% -99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch. Ali (1985:184)

Sandra Monica, 2012
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

3.2.7.2 Analisis Verifikatif Menggunakan Regresi Linear Sederhana

Analisis verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam pada penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel, yaitu mengenai pengaruh kualitas produk sebagai variabel independen (X) terhadap loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini akan diteliti pengaruh kualitas produk(X) terhadap loyalitas pelanggan (Y), dengan skala pengukuran menggunakan skala *semantic differensial*.

Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Teknik analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui hubungan kausal dalam penelitian ini yaitu teknik analisis regresi linier sederhana.

1) Regresi Linier Sederhana

Definisi regresi sederhana menurut Kurniawan (2010:43) ialah “Sebagai pengaruh antara 2 variabel saja, dimana terdiri dari variabel independent/bebas dan untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan (*prediction*)”

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen yaitu kualitas produk dengan satu variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan.

Persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

Sandra Monica, 2012

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu\

$$Y = a + bX$$

Sudjana (2005:315)

Dimana:

- Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan
 a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)
 b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.
 X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu
- Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis regresi linier adalah

sebagai berikut:

- 1) Mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a dan b, yaitu:

$$\sum Xi, \sum yi, \sum Xi \cdot Yi, \sum Xi^2, \sum Yi^2$$

- 2) Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan Sudjana (1996:315) sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Yi)(\sum Xi^2) - (\sum Xi)(\sum XiYi)}{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2} \quad \text{atau} \quad \bar{y} = a + b\bar{x}$$

$$b = \frac{n \sum XiYi - \sum Xi \sum Yi}{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2}$$

X dikatakan mempengaruhi Y, jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y, artinya naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun, dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya.

Sandra Monica, 2012

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu\

Untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel bebas terhadap variasi (naik/turunnya) variabel terikat, maka digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus berikut:

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

Sumber: Sugiyono, (2008:210)

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan pada halaman berikut:

TABEL 3.11
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
PENGARUH (GUILFORD)

BESAR KOEFISIEN	KLASIFIKASI
0,000 - 0,199	Sangat Rendah
0,200 - 0,399	Rendah
0,400 - 0,599	Sedang
0,600 - 0,799	Kuat
0,800 - 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2009:250)

Ket : Pedoman Untuk Memberikan Klasifikasi Pengujian Pengaruh

3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis penelitian akan di uji dengan mendeskripsikan hasil analisis regresi linier.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis pengaruh yang diajukan harus dicari terlebih dahulu dulu dari t_{hitung} dan dibandingkan dengan nilai dari t_{tabel} , dengan taraf kesalahan 5% atau sebesar 0,05 dengan derajat kebebasan dk

Sandra Monica, 2012

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu\

(n-2) serta uji satu pihak yaitu pihak kanan. Untuk mencari nilai t_{hitung} menggunakan rumus $t_{student}$ yaitu:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \text{ Sugiyono (2008:250)}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *product moment*

t = Distribusi student dengan derajat kebebasan $dk = n - 2$

n = Banyaknya sampel

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistic dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut Sugiono (2005:188) adalah sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Secara statistic hipotesis yang akan diuji berada pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan (dk) (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

$H_0: \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pengguna produk pelembab muka Sari Ayu.

$H_a: \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pengguna produk pelembab muka Sari Ayu.

Adapun untuk membantu dalam pengolahan data dan pengujian hipotesis, dapat menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 16,0 dan dibantu *software microsoft excel*.

Sandra Monica, 2012

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Pelembab Muka (Survei Dilakukan Pada Pengguna Pelembab Muka Sari Ayu di Kelurahan Kebonwaru Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu\