

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017:7).

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri variabel kualitas produk dan harga produk terhadap variabel dependen (Y) yaitu loyalitas konsumen, maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis linier berganda, dengan teknik tersebut akan diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah variabel independen (bebas) yaitu kualitas produk (X_1) dan harga produk (H_2) dan variabel dependen (terikat) yaitu loyalitas konsumen (Y). Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah kampus STIE Widya Gama Lumajang. Adapun pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti memilih lokasi tersebut:

- a. Lokasi objek penelitian ini berada di kota Lumajang memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian.

- b. Penulis tertarik untuk meneliti pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap loyalitas konsumen.
- c. Ketersediaan data yang menunjang peneliian, baik dari perusahaan maupun masyarakat, sehingga pernyataan-pernyataan dari penelitian dapat terjawab.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder dengan penjelasan sebagai berikut (Ramadhani, Elpawati & Puspitasari, 2018):

- a. Data primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri dalam bentuk lisan maupun tulisan melalui objek penelitiannya. Data primer dalam penelitian ini adalah kuisisioner yang dibagikan kepada responden yakni pengguna produk kosmetik Wardah pada mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang terkait dengan pernyataan-pernyataan yang menggambarkan kualitas produk dan harga produk kosmetik wardah terhadap loyalitas konsumen.

- b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data primer yang diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpulan data primer ataupun pihak lain misalnya dalam bentuk tabel atau diagram (Umar, 2011:42).

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan tidak hanya untuk keperluan riset tertentu saja (Amirullah,3 2015:116).

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa dokumen-dokumen, buku-buku laporan, media internet dan literatur yang berkaitan dengan obyek penelitian.

3.3.2 Sumber Data

a. Data Internal

Data internal yaitu data yang didapat dari dalam perusahaan atau organisasi dimana riset dilakukan (Umar, 2011:42).

Berdasarkan sumber data maka data internal dalam penelitian ini adalah data dari konsumen yang menggunakan produk kosmetik Wardah di STIE Widya Gama Lumajang.

b. Data eksternal

Data eksternal yaitu data yang diperoleh dari luar perusahaan (Umar, 2011:42).

Berdasarkan sumber data dalam penelitian ini merupakan data eksternal yang diperoleh dari jurnal dan penelitian terdahulu.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi adalah salah satu hal yang menyatu dan perlu mendapatkan perhatian dengan saksama apabila peneliti ingin meringkas suatu hasil yang dapat dipercaya dan tepat guna untuk area atau objek penelitiannya (Yusuf, 2014:145).

Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah konsumen yang menggunakan produk kosmetik Wardah di STIE Widya Gama Lumajang sejumlah 300 mahasiswa.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* jenis *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan dan kehendak dari peneliti (Sugiyono, 2015:77).

Berikut ini kriteria pengambilan sampel dengan pertimbangan antara lain:

- a. Responden adalah konsumen produk kosmetik Wardah yaitu Mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang.
- b. Responden melakukan pembelian produk kosmetik Wardah minimal lebih dari satu kali. Hal ini untuk mendapatkan jawaban yang lebih akurat dari responden sebab responden mampu memberikan penilaian setelah melakukan pembelian produk Wardah.
- c. Responden mengetahui dan menggunakan produk kosmetik Wardah.

Penelitian dilakukan pada studi kasus mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang sebab mayoritas mahasiswa tersebut menggunakan kosmetik merek Wardah secara berulang kali dan dalam jangka waktu yang lama sehingga diharapkan dapat memberikan jawaban yang sesuai dan objektif terhadap produk Wardah.

Responden yang diteliti melakukan pembelian produk kosmetik Wardah minimal dengan satu kali pembelian dengan maksud bahwa konsumen produk ini diindikasikan sebagai konsumen tetap atau hanya ingin mencoba produk baru yang dibelinya, karena dalam beberapa hal setiap personal memiliki kecocokan tertentu terhadap kosmetik atau produk kecantikan.

Responden yang teliti mengetahui dan menggunakan produk kosmetik Wardah dimaksudkan agar nantinya jawaban-jawaban dari responden dapat menjawab apa yang menjadi inti masalah dari penelitian ini, serta mampu untuk menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan kuesioner yang nantinya akan disebarakan oleh peneliti.

Menurut Unaradjan (2019:124) teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari Taro Yamane yang dikutip oleh Rakhmat (1998:82) yang disebut dengan rumus *Slovin* sebagai berikut:

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

Keterangan :

n= Jumlah sampel

N= Jumlah Populasi

d²= Presisi yang di Tetapkan

$$n = \frac{300}{300 \cdot (0,1)^2 + 1} = 75$$

Berdasarkan rumus perhitungan tersebut didapatkan jumlah populasi konsumen yang menggunakan produk kosmetik Wardah sejumlah 75 konsumen dengan populasi 300 dan presepsi yang ditetapkan sebesar 10%.

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian yaitu suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2012:59). Dalam penelitian ini

menggunakan 4 (empat) variabel terdiri dari 2 (dua) variabel independen yaitu kualitas produk dan harga produk, 1 (satu) variabel dependen yaitu loyalitas konsumen.

a. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, dan antecedent*. Dalam bahasa Indonesia seringkali disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono 2012:59). Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan harga produk.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut dengan variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono 2012:59). Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen.

3.5.2 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan mengspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang dibutuhkan untuk mengukur suatu variabel. Definisi operasional diperlukan untuk menyamakan asumsi-asumsi terhadap permasalahan yang dibahas.

Definisi operasional variabel adalah penentuan variabel sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Menjelaskan cara tertentu yang dapat digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan variabel, sehingga dapat memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan *replikasi* pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran variabel yang lebih baik (Indriantoro, 2009:69).

Variabel independen atau variabel bebas (X) merupakan variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan yang positif atau yang negatif bagi variabel dependen yang lainnya. Variabel independen dalam peneliti adalah:

a. Kualitas produk (X_1)

Kualitas produk ialah produk yang mempunyai kualitas lebih tinggi dari pesaing serta bisa memuaskan konsumen. Kualitas produk adalah produk yang memiliki kualitas baik sehingga dapat bertahan lama dan produk tersebut tidak dimiliki oleh para pesaing (Wijaya, 2018:18).

Indikator yang dipakai dalam menilai kualitas produk adalah:

- 1) Fungsi produk
- 2) Informasi atribut
- 3) Spesifikasi produk
- 4) Nilai estetika produk
- 5) Umur ekonomis produk

Berdasarkan uraian tersebut maka indikator kualitas produk sebagai berikut:

- a) Kosmetik wardah telah sesuai dengan fungsi yang dipaparkan dalam label informasi konsumen
- b) Informasi tentang isi produk kosmetik Wardah telah banyak diketahui oleh masyarakat
- c) Kemasan kosmetik Wardah sangat elegan dan menarik pembeli
- d) Produk kosmetik Wardah memiliki batas kode produksi yang lama
- e) Produk kosmetik Wardah memiliki kualitas yang sesuai dengan iklan atau promosi

b. Harga produk (X_2)

Harga produk merupakan alat yang sangat penting dan menjadi faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Harga adalah nilai tukar barang atau jasa yang dapat ditukarkan di pasar (Limakrisna dan Purba, 2017:119). Ghanimata dan Kamal (2012:41) menyebutkan dimensi harga meliputi:

- 1) Keterjangkauan Harga,
- 2) Kesesuaian Harga dengan Kualitas
- 3) Persaingan Harga
- 4) Kesesuaian Harga dengan ukuran

Berdasarkan uraian tersebut maka indikator harga produk sebagai berikut:

- a) Harga produk Wardah terjangkau oleh kalangan mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang.
- b) Harga kosmetik Wardah telah sesuai dengan kualitas atau isi yang diberikan produk.
- c) Harga produk Wardah sesuai dengan harga kosmetik di pasaran

- d) Harga produk kosmetik Wardah tergolong produk kualitas tingkat atas
 - e) Kosmetik Wardah memiliki bonus potongan harga pada setiap event pasar promosi
- c. Loyalitas konsumen (Y)

Konsumen yang setia atau loyal adalah konsumen yang cenderung berbelanja di suatu ritel secara berkelanjutan dan tidak tertarik untuk berbelanja ke toko bersaing dengan demikian memiliki konsumen yang setia perusahaan tidak perlu bersusah payah dan menghabiskan banyak biaya untuk mendapatkan konsumen baru (Suhartanto dkk, 2017:13).

Indikator loyalitas konsumen dapat dinilai dengan:

- 1) Pembelian yang berulang
- 2) Pemberian referensi kepada orang lain
- 3) Penolakan terhadap produk pesaing

Berdasarkan uraian tersebut maka indikator untuk loyalitas konsumen adalah sebagai berikut:

- a) Mahasiswa tertarik untuk melakukan pembelian ulang produk kosmetik Wardah
- b) Konsumen lebih memilih produk kosmetik Wardah daripada produk kosmetik lain
- c) Konsumen akan memberikan saran kepada konsumen lain untuk membeli produk kosmetik Wardah
- d) Sebagian besar mahasiswa menyukai produk kosmetik Wardah
- e) Produk kosmetik Wardah tenar dikalangan mahasiswa

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat pengukur data yang digunakan untuk mengukur fenomena yang sedang diamati atau yang disebut dengan skala. Skala pengukuran ialah alat pengukur data yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga dapat menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Skala ordinal ialah skala yang menunjukkan data sesuai dengan urutan tertentu (Paramita & Rizal, 2018:67).



Tabel 3.1 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

| No | Variabel | Indikator | Instrumen | Skala | Sumber |
|----|-----------------|--------------------|---|---------|--------------------------|
| 1. | Kualitas Produk | Fungsi Produk | Kosmetik Wardah telah sesuai dengan fungsi yang dipaparkan dalam label informasi konsumen | Ordinal | Samosir & Prayoga (2015) |
| | | Informasi produk | Informasi tentang isi produk kosmetik Wardah telah banyak diketahui oleh masyarakat | | |
| | | Spesifikasi Produk | Produk kosmetik Wardah memiliki kualitas yang sesuai dengan iklan atau promosi | | |
| | | Nilai Estetika | Kemasan kosmetik Wardah sangat elegan dan menarik pembeli | | |
| | | Umur Ekonomis | Produk kosmetik Wardah memiliki batas kode produksi yang sesuai dengan iklan atau promosi | | |

| No | Variabel | Indikator | Instrumen | Skala | Sumber |
|----|----------|----------------------------------|--|---------|---------------------------|
| 2. | Harga | Keterjangkauan Harga | Harga produk kosmetik Wardah terjangkau dikalangan mahasiswa | Ordinal | Ningrum & Tresnati (2017) |
| | | Kesesuaian harga dengan kualitas | Harga kosmetik Wardah telah sesuai dengan kualitas atau isi yang diberikan oleh produk | | |
| | | Persaingan harga | a. Harga prosuk Wardah sesuai dengan harga kosmetik di pasaran b. Kosmetik Wardah memiliki bonus potongan harga pada setiap event pasar promosi | | |
| | | Kesesuaian Harga dengan ukuran | Harga kosmetik wardahtergolong kualitas tingkat atas | | |

| No | Variabel | Indikator | Instrumen | Skala | Sumber |
|----|--------------------|---------------------------------------|---|---------|------------------------|
| 3. | Loyalitas Konsumen | Pembelian berulang | Mahasiswa tertarik untuk melakukan pembelian ulang produk kosmetik Wardah | Ordinal | Priansa (2017:348-349) |
| | | Pemberian referensi kepada orang lain | a. konsumen akan memberikan saran kepada konsumen lain untuk membeli produk kosmetik wardah b. Produk kosmetik Wardah tenar dikalangan mahasiswa | | |
| | | Penolakan terhadap produk pesaing | a. Sebagian besar mahasiswa menyukai produk kosmetik Wardah b. Konsumen lebih memilih produk kosmetik Wardah daripada produk kosmetik lain | | |

Sumber: Data diolah peneliti, 2020

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Observasi

Observasi sebagai metode pengumpulan data memiliki ciri yang lebih spesifik jika dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuisisioner. Jika wawancara dan kuisisioner selalu berkomunikasi dengan orang,

maka observasi tidak terbatas kepada orang tetapi juga obyek-obyek alam yang lainnya (Sugiyono, 2015:234).

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap responden yaitu pengguna produk kosmetik Wardah di STIE Widya Gama Lumajang.

3.7.2 Survey

Cara survey yakni cara pengumpulan data dimana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun secara tertulis. Jika pernyataan diajukan dalam bentuk lisan maka disebut wawancara, jika diajukan secara tertulis disebut kuisioner (Sanusi, 2011:105).

3.7.3 Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan. Pada umumnya, data yang diperoleh dengan cara dokumentasi masih sangat mentah karena antara informasi yang satu dengan yang lainnya terpecah-pecah, bahkan kadangkala sulit untuk dipahami apa maksud yang terkandung pada data tersebut. Oleh karena itu peneliti harus mengatur sistematika data tersebut sedemikian rupa dan meminta informasi lebih lanjut kepada pengumpul data pertama (Sanusi, 2011:114). Peneliti mengumpulkan dan mencatat dokumen melalui wawancara dengan masyarakat Desa Pulo, dan mendapat data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dengan cara membaca literatur-literatur.

3.7.4 Kuisisioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan ataupun pernyataan yang tertutup ataupun terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet (Sugiyono, 2014:142). Untuk penyebaran kuisisioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada konsumen yang menggunakan produk kosmetik Wardah di STIE Widya Gama Lumajang, Teknik skala yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun instrument yang dapat berupa pertanyaan ataupun pernyataan (Sugiyono, 2015:168).

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Berikut ini bentuk skala *likert* antara lain:

- | | |
|--------------------------------------|---|
| a. Sangat setuju diberi skor | 5 |
| b. Setuju diberi skor | 4 |
| c. Ragu-ragu atau netral diberi skor | 3 |
| d. Tidak setuju diberi skor | 2 |

- e. Sangat tidak setuju diberi skor 1

(Sugiyono, 2015:168).

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen

Instrumen penelitian yaitu suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam atau sosial. Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reabilitas terhadap kuisioner yang digunakan untuk memperoleh data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuisioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis ke tahap berikutnya (Sanusi, 2011:67).

a. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sebenarnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilakukan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dimiliki oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian (Sugiyono, 2015:430).

Analisa faktor dilakukan dengan cara mengkolerasi jumlah skor faktor dengan skor total. Apabila korelasi tip faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut adalah *contract* yang kuat. Dalam penelitian ini apabila korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2012:178).

b. Uji Reliabilitas

Menurut reliabilitas merupakan derajat ketetapan, keakuratan atau ketelitian yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Pengujiannya dapat dilakukan dengan cara internal dengan menganalisis konsistensi yang ada (Umar, 2011:58).

Reliabilitas berkaitan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan kuantitatif, suatu data akan dinyatakan reliabel jika dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama dan menghasilkan hasil yang sama, atau sekelompok data apabila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Karena reliabilitas berkaitan dengan derajat konsistensi, maka jika ada peneliti lain mereplikasikan dalam penelitian pada obyek yang sama dengan metode yang sama maka akan menghasilkan data yang sama. Suatu data yang reliabel atau konsisten akan cenderung valid, meskipun belum tentu valid (Sugiyono, 2012:458).

Menurut Nugroho (2011:33) uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien “*Alpha Cronbach*”. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam table berikut ini :

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas

| No | Interval Alpha Cronbach | Tingkat Reliabilitas |
|----|-------------------------|----------------------|
| 1 | 0,00 – 0,20 | Kurang Reliabel |
| 2 | 0,201 – 0,40 | Mendekati Reliabel |
| 3 | 0,401 – 0,60 | Cukup Reliabel |
| 4 | 0,601 – 0,80 | Reliabel |
| 5 | 0,801 – 1,00 | Sangat Reliabel |

Sumber: Nugroho (2011:33).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

a. Pengujian Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen ataupun keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik harusnya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidaknya dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Umar, 2011:181).

b. Pengujian Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen. Apabila terjadi kolerasi, maka terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi (Umar, 2011:177).

Berikut ini beberapa cara untuk mengatasi multikolinieritas, yaitu:

- 1) Kolerasi yang tinggi akan memberikan petunjuk adanya kolinieritas, tetapi tidak sebaliknya yakni jika adanya kolinieritas akan mengakibatkan kolerasi yang tinggi.
- 2) Disarankan untuk melihat koefisien kolerasi parsial. Jika R^2 sangat tinggi tetapi masing-masing R^2 parsialnya rendah akan memberikan petunjuk bahwa variabel-variabel bebas memiliki korelasi yang tinggi dan paling sedikit satu diantaranya berlebihan (Umar, 2011:140).

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap disebut homoskedastisitas, dan untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Umar, 2011:179).

Uji heteroskedastisitas ini dapat dilakukan dengan metode *Scatter Plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residual). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul ditengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. Uji statistik yang digunakan adalah Uji *Glejser*, Uji *Rho Spearman*, Uji *Park* dan Uji *White* (Kurniawan, 2014:158). Pada penelitian ini menggunakan metode dengan uji *Scatter Plot*.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sanusi, (2012:134) regresi linier berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linier sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas konsumen

a = koefisien konstanta

X_1 = Kualitas produk

X_2 = Harga produk

e = *Error*

3.8.4 Pengajuan Hipotesis

Setelah melakukan analisis regresi kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen (X_1 , dan X_2) terhadap variabel dependen (Y).

Uji t (Uji Parsial) menurut Algifari (2015:77) bertujuan untuk menguji hipotesis terkait dengan hubungan atau pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai variabel moderasi. Uji t (Uji Parsial) dalam penelitian ini menguji terkait dengan pengaruh signifikan antara variabel bebas (independen) yakni kualitas produk (X_1), harga produk (X_2) terhadap variabel terikat (dependen) yakni loyalitas konsumen. Adapun tahapan dalam Uji t (Uji Parsial) adalah sebagai berikut:

- 1) Merumuskan hipotesis nihil dan hipotesis alternatif. Penelitian ini hipotesisnya sebagai berikut:

Hipotesis Pertama:

H_1 : Terdapat pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap loyalitas konsumen produk kosmetik Wardah di STIE Widya Gama Lumajang.

Hipotesis kedua:

H₂: Terdapat pengaruh harga produk yang signifikan terhadap loyalitas konsumen produk kosmetik Wardah di STIE Widya Gama Lumajang.

2) Menentukan tingkat signifikan (α) dan derajat kebebasan

Tingkat signifikan yang digunakan pada penelitian ini adalah sebesar 5% atau 0,05. untuk derajat kebebasannya menggunakan formula $N-2$ dimana N adalah besaran sampel.

3) Kriteria Pengujian

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < - t_{tabel}$ maka H_0 ditolak yang berarti H_a diterima dan terdapat pengaruh

Jika $- t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima yang berarti H_a ditolak dan tidak terdapat pengaruh (Budiwati, 2012:76).

4) Menentukan nilai t hitung rumus:

$$t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{Standar Error}}$$

5) Menentukan nilai t tabel:

Nilai t_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan tabel *t-Student*. Bila pengujian dua sisi, maka nilai α dibagi 2. Rumus $t_{tabel} = t_{(\alpha/2)(n-2)}$.

6) Membuat kesimpulan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel untuk mengetahui tingkat signifikan.

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Widarjono (2015:266) koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur atau menilai total variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh variabel independen (X). untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda yakni dengan menggunakan nilai *R Square*. Pada koefisien determinasi (R^2)

nantinya akan mendapati nilai guna mengukur besarnya bantuan dari beberapa variabel independen (X) terhadap naik turunnya variabel dependen (Y) yang pada umumnya dinyatakan dalam presentase (%).

Koefisien Determinasi (R_2) yang digunakan adalah *R Square*. Nilai koefisien determinasi (R_2) adalah antara 0 dan 1. Model yang baik menghasilkan nilai R_2 yang tinggi diatas 80% (Paramita & Rizal, 2018:82). Model *R Square* pada penelitian ini digunakan untuk mencari seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu kualitas produk dan harga terhadap variabel dependen yaitu loyalitas konsumen produk kosmetik Wardah pada mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang.

