

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian memanfaatkan pendekatan kuantitatif melalui metode pengumpulan data dari kuesioner akan diberikan ke calon responden. Pendekatan ini berfokus pada analisis data berdasarkan tanda-tanda atau dampak yang muncul sebagai akibat dari variabel tertentu. Singkatnya, studi ini dimaksudkan guna menelaah hubungan antara variabel melalui data yang dapat diukur secara objektif. Penelitian kuantitatif fokus pada hal-hal yang bersifat objektif dan menggunakan data berupa angka. Penelitian ini biasanya dilakukan melalui percobaan atau pengukuran yang hasilnya bisa dianalisis secara statistic (Handayani 2020).

Pendekatan ini memungkinkan penelitian dilakukan secara sistematis dan terstruktur, sehingga hasil yang diperoleh dapat dianalisis dengan lebih akurat. Kumpulan data akan dianalisis melalui teknik statistik guna menemukan bentuk, hubungan, ataupun variasi yang mencolok antarvariabel yang diolah. Kemudian, studi tidak hanya membagikan pandangan umum mengenai fenomena yang diamati, tetapi juga memberikan simpulan berlandaskan fakta yang terukur serta bisa diuji kebenarannya.

3.2 Objek Penelitian

Objek dalam studi ialah konsumen yang memanfaatkan pasta gigi Pepsodent. Konsumen yang menjadi sasaran penelitian adalah individu yang secara rutin menggunakan Pepsodent sebagai produk perawatan gigi mereka. Kajian bermaksud guna mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap loyalitas konsumen terhadap produk Pepsodent.

Kajian ini dijlankan dengan menghimpun informasi melalui konsumen Pepsodent Lewat instrumen pertanyaan yang didesain untuk mengetahui penilaiannya atas kualitas produk, citra merek, serta harga, dan bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi keputusan mereka untuk tetap setia menggunakan

produk ini. Dengan demikian, kajian ini bermaksud guna memahami penyebab utama mendorong loyalitas konsumen juga memberikan wawasan bagi perusahaan guna meningkatkan strategi pemasaran dan kualitas produknya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merujuk pada totalitas entitas penelitian yang memiliki atribut-atribut spesifik, dimana peneliti menetapkannya sebagai basis pengambilan data dan generalisasi hasil studi (Firdausi 2020). Populasi pada studi ini ialah semua konsumen yang memanfaatkan pasta gigi Pepsodent, baik yang tinggal di perkotaan ataupun pedesaan. Konsumen ini berasal dari dewasa, hingga orang tua yang memilih Pepsodent sebagai produk perawatan gigi mereka. Baik laki-laki maupun perempuan termasuk dalam populasi ini, mengingat penggunaan pasta gigi merupakan kebutuhan universal yang tidak terbatas pada jenis kelamin tertentu. Selain itu, latar belakang sosial dan ekonomi konsumen juga beragam, mencakup mereka yang berasal dari berbagai tingkat pendidikan, pekerjaan, serta penghasilan yang berbeda-beda.

Sebagai salah satu merk pasta gigi yang sudah lama dikenal di Indonesia, Pepsodent memiliki jangkauan pasar yang luas dan digunakan warga di beberapa bidang. Maka, populasi penelitian ini tidak terbatas pada kelompok tertentu, melainkan mencakup siapa saja yang secara aktif menggunakan produk Pepsodent untuk menjaga kesehatan gigi dan mulut mereka.

Dengan populasi yang luas ini, penelitian akan berusaha mengamati pola konsumsi serta faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen terhadap Pepsodent. Aspek ini krusial untuk memastikan temuan penelitian mampu merepresentasikan secara presisi peran kualitas produk, cita merek, dan harga saat mengembangkan loyalitas konsumen.

3.3.2 Sampel

Bagian kecil yang mewakili karakter atau ciri-ciri yang dipunyai seluruh populasi dikatakan sampel (Anon 2025). Studi menetapkan teknik Probability Sampling sebagai pengambilan sampel. Dalam pendekatan ini, setiap unsur populasi mempunyai peluang setara untuk terpilih sebagai responden penelitian. (Firdausi 2020). Penelitian ini melibatkan 100 orang pengguna Pepsodent yang dipilih secara acak. Tujuannya adalah supaya hasil penelitian bisa benar-benar menggambarkan kondisi dari seluruh pengguna Pepsodent yang menjadi target penelitian

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Studi ini memanfaatkan teknik pengumpulan data primer yang diperoleh langsung dari responden. Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, peneliti akan memanfaatkan kuesioner selaku fasilitas kumpulan informasi.

Kuesioner berisi Sejumlah tulisan berisi pertanyaan atau pernyataan yang diminta tanggapannya oleh pihak yang menjadi sampel sesuai dengan pengalaman, opini, atau pandangan mereka terhadap topik penelitian. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti mengumpulkan data dari banyak responden dalam waktu yang lebih efisien. Selain itu, penggunaan kuesioner membantu menyusun data secara sistematis, sehingga memudahkan proses analisis dan menghasilkan temuan yang lebih akurat sesuai dengan tujuan penelitian.

Studi ini menerapkan skala Likert lima poin (1-5) untuk mengukur derajat persetujuan responden, dengan anchor points meliputi: "sangat tidak setuju", "tidak setuju", "netral", "setuju", dan "sangat setuju". Data kuantitatif yang terkumpul kemudian diproses melalui software statistik SPSS guna memperoleh analisis yang komprehensif dan valid secara metodologis.

Tabel 3.1. *Skala Likert*

No	Jawaban	Singkatan	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2.	Tidak Setuju	TS	2
3.	Netral	N	3
4.	Setuju	S	4
5.	Sangat Setuju	SS	5

Tabel di atas digunakan untuk menggambarkan kategori skala Likert yang akan ditentukan pada studi. Skala 1 menegaskan responden sangat tidak setuju melalui catatan yang dibagikan. Skala 2 digunakan ketika responden tidak setuju. Skala 3 menegaskan responden bersikap netral atau tidak memiliki kecenderungan tertentu terhadap pernyataan tersebut. Skala 4 digunakan saat responden setuju, melainkan skala 5 menegaskan responden sangat setuju melalui catatan yang dibagikan.

3.5 Definsi Operasional

Definisi operasional menjelaskan metode praktis dalam suatu variabel berdasarkan karakteristik yang dapat diukur atau diamati. Pendekatan ini mungkin penulis guna menjalankan pengamatan dan pengukuran secara akurat terhadap objek yang sedang diteliti.

Tabel 3.2. *Definisi Operasional*

Variabel	Indikator	Pernyataan
Kualitas produk selaku satu diantaranya komponen pokok mengembangkan kepuasan konsumen. Kepuasan ini kemudian dapat berkembang menjadi loyalitas terhadap produk atau layanan yang kita berikan.(Althazia and Aziz 2022)	1. Kinerja (Performance)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pepsodent mampu membersihkan gigi dengan baik dan memberikan rasa segar setelah digunakan. 2. Pasta gigi Pepsodent dapat membantu mengurangi bau mulut dan memberikan. 3. Setelah menggunakan Pepsodent secara rutin, saya merasakan manfaat dalam menjaga kesehatan gigi dan mulut.

	<p>2. Fitur (Feature)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pepsodent diformulasikan dengan kandungan yang berfungsi untuk melindungi gigi dari risiko berlubang sekaligus menjaga kondisi gusi tetap sehat. 2. Kandungan fluoride dalam Pepsodent efektif dalam memperkuat gigi dan melindunginya dari kerusakan. 3. Pepsodent memiliki varian dengan manfaat berbeda yang sesuai dengan kebutuhan saya.
	<p>3. Desain (Design)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemasan Pepsodent dirancang dengan baik, mudah digunakan, dan tidak mudah tumpah atau bocor. 2. Bentuk dan tekstur pasta gigi Pepsodent nyaman digunakan serta tidak terlalu encer atau terlalu kental. 3. Desain kemasan Pepsodent menarik dan memberikan kesan produk yang berkualitas serta terpercaya.

<p>Citra merek menggambarkan bagaimana konsumen memandang suatu merek, yang terbentuk dari pengalaman pribadi, pengetahuan yang dimiliki, serta berbagai interaksi mereka dengan merek tersebut (Shofwan 2021).</p>	<p>1. Citra Perusahaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya percaya bahwa Pepsodent diproduksi oleh perusahaan yang memiliki reputasi baik. 2. Saya merasa perusahaan di balik merek Pepsodent dapat dipercaya. 3. Pepsodent berasal dari perusahaan yang profesional dalam menjaga kualitas produk.
	<p>2. Citra Produk</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pepsodent memiliki kualitas produk yang sesuai dengan citra merek yang ditampilkan. 2. Pepsodent dikenal sebagai produk yang unggul di pasaran. 3. Saya menilai Pepsodent sebagai produk yang layak dan sesuai ekspektasi
	<p>3. Citra Pengguna</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut saya, pengguna Pepsodent adalah orang-orang yang peduli terhadap kesehatan gigi. 2. Saya merasa cocok menjadi bagian dari pengguna merek Pepsodent.
		<ol style="list-style-type: none"> 3. Pepsodent digunakan oleh banyak orang dari berbagai kalangan sosial.

<p>Harga bisa didefinisikan selaku jumlah Ongkos yang perlu dibayarkan oleh pelanggan guna memperoleh produk ataupun layanan, atau sebagai nilai tukar yang diberikan demi mendapatkan gguna dari kepemilikan maupun pemanfaatan barang ataupun layanan itu (Kotler dan Keller 2016).</p>	<p>1. Keterjangkauan Harga</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa harga produk Pepsodent sesuai dengan kondisi keuangan saya. 2. Saya tidak kesulitan membeli Pepsodent secara rutin karena harganya terjangkau. 3. Pepsodent menawarkan harga yang selaras guna seluruh kalangan warga.
	<p>2. Kesesuaian Harga</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut saya, harga Pepsodent sepadan dengan kualitas yang ditawarkan. 2. Saya bersedia membayar lebih untuk Pepsodent karena kualitasnya terjamin. 3. Pepsodent tetap menjaga kualitas meskipun harganya terjangkau.
	<p>3. Daya Saing Harga</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga Pepsodent lebih kompetitif dibandingkan produk pasta gigi sejenis.

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Saya membandingkan harga Pepsodent dengan merek lain sebelum membeli. 3. Pepsodent menjadi pilihan saya karena harganya bersaing dengan produk lain.
<p>Loyalitas konsumen adalah kesetiaan pelanggan dalam menggunakan suatu produk karena kepuasan, kepercayaan, dan pengalaman positif yang dirasakan. Konsumen yang loyal condong Melaksanakan transaksi kembali & tetap memilih barang tersebut dibandingkan merek lainnya. (Saridewi and Nugroho 2022)</p>	<p>1. Melakukan Pembelian Ulang</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya selalu memilih Pepsodent sebagai pasta gigi utama setiap kali membutuhkannya. 2. Saya lebih memilih membeli Pepsodent kembali daripada mencoba merek lain. 3. Saya merasa puas dengan Pepsodent sehingga terus menggunakannya secara rutin.
	<p>2. Membangun Kepercayaan Konsumen</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya yakin Pepsodent memiliki kualitas yang baik karena telah digunakan oleh banyak orang. 2. Saya percaya Pepsodent mampu menjaga kesehatan gigi dan mulut dengan efektif. 3. Saya tidak ragu menggunakan Pepsodent karena sudah terbukti aman dan berkualitas.

	3. Memberikan Respon Positif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya sering merekomendasikan Pepsodent kepada keluarga dan teman karena kualitasnya. 2. Saya merasa puas dengan Pepsodent dan senang berbagi pengalaman positif tentang produk ini. 3. Saya tertarik untuk mengikuti perkembangan atau inovasi Pepsodent di masa depan.
--	------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.6 Teknik Analisa Data

Di kajian ini, analisis data menjadi tahap yang sangat penting setelah seluruh data terkumpul secara lengkap. Analisis data dilakukan untuk mengolah, menginterpretasikan, dan menyajikan hasil penelitian agar dapat menyampaikan wawasan yang lebih rinci mengenai peristiwa yang dikaji.

Pendekatan metode yang diterapkan pada studi ini yakni analisis deskriptif kuantitatif, yang dimaksudkan guna mendeskripsikan informasi dalam bentuk sistematis berdasarkan angka atau statistik yang diperoleh dari responden. Metode ini membantu dalam melihat pola, tren, dan hubungan antarvariabel yang sedang diteliti.

Tahapan pengolahan data dilaksanakan memanfaatkan dukungan software SPSS, yang digunakan untuk mengolah data secara lebih akurat dan efisien. Melalui SPSS, data yang terkumpul dapat diolah menjadi tabel, grafik, atau statistik deskriptif yang membantu peneliti dalam menarik Penarikan simpulan merujuk pada temuan yang didapat. Oleh karena itu, output kajian dapat memberikan gambaran yang jelas serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih objektif.

3.7 Uji Validitas

Uji validitas dilaksanakan guna mengidentifikasi apakah instrumen pengukuran pada studi yakin bisa menghasilkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Salah satu cara untuk menilai validitas ialah melalui perbandingan nilai korelasi yang diperoleh (r hitung) melalui angka r dari tabel (r tabel). Jika koefisien korelasi (r) hasil perhitungan kritis r tabel pada tingkat signifikansi 0.05, instrumen penelitian dapat dikatakan valid. Kebalikannya, bila r hitung $<$ r tabel, instrumen tersebut tidak memenuhi syarat validitas.

3.8 Uji Realibitas

Uji Realibitas dilakukan guna mengetahui apakah suatu pengukuran bisa menghasilkan output yang stabil serta reliabel saat digunakan berulang kali. Dalam pengujian ini, peneliti biasanya menggunakan nilai Cronbach's Alpha untuk menilai tingkat konsistensi data. Nilai tersebut kemudian dibandingkan dengan batas minimal yang telah ditentukan, biasanya antara 0,5 - 0,7, tergantung pada keperluan kajian.

Berikut ini adalah pedoman dalam menilai hasil uji reliabilitas:

- a. Jika Cronbach's Alpha $>$ batas minimal yang ditetapkan, maka alat ukur dianggap reliabel, artinya dapat diandalkan.
- b. Namun, jika nilai Cronbach's Alpha berada di bawah batas tersebut, maka alat ukur dianggap kurang reliabel, atau belum cukup kuat untuk menghasilkan data yang konsisten.

3.9 Uji Asumsi Klasik

Evaluasi terhadap asumsi klasik dijalankan supaya temuan dari analisa regresi bisa dipercaya, stabil, dan konsisten. Pengujian ini bertujuan untuk memverifikasi model regresi yang diaplikasikan terbebas dari berbagai penyimpangan asumsi klasik, meliputi heteroskedastisitas, non-normalitas, multikolinearitas, maupun autokorelasi. Dengan melakukan pengujian ini, peneliti dapat memastikan bahwa hubungan antar variabel dalam model berjalan dengan baik dan tidak menimbulkan kesalahan yang dapat memengaruhi hasil akhir penelitian.

3.10 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan guna mengolah distribusi data pada model regresi. Pengujian ini mencakup seluruh variabel prediktor (X) serta variabel respon (Y). Interpretasi didasarkan pada nilai probabilitas (p-value), dimana p-value > 0.05 menunjukkan distribusi normal, melainkan p-value ≤ 0.05 mengindikasikan penyimpangan dari distribusi normal (Zaini Miftach 2018).

3.11 Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dijalankan guna mengidentifikasi apakah antar variabel bebas pada model regresi saling berkaitan ataupun tidak. Model regresi yang baik ialah saat variabel-variabel bebas berdiri sendiri, tanpa saling memengaruhi satu sama lain. Jika tidak terdapat hubungan antar variabel-variabel tersebut, maka hasil analisis akan lebih akurat erta dapat dipercaya. Sebaliknya, jika variabel-variabel tersebut saling berkaitan, maka dapat menyebabkan gangguan pada hasil analisis regresi.

3.12 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan prosedur analisis yang bertujuan memeriksa ketidakkonsistenan varian error (residual) dalam satu kerangka regresi yang mempunyai varians yang selaras ataupun tidak di seluruh data. Jika variansnya tidak sama, maka terjadi heteroskedastisitas, yang bisa memengaruhi akurasi hasil analisis (Rika Widianita 2023). Model regresi yang baik sebaiknya mempunyai residual yang tersebar secara merata atau tidak berubah-ubah, yang dikenal dengan istilah homoskedastisitas. Untuk mengeceknya, Sebuah langkah yang memungkinkan untuk dipakai ialah uji Glejser. Uji ini menganalisis korelasi antar nilai absolut residual dengan variabel independen. Apabila nilai signifikansi (p-value) melebihi 0.05, lalu bisa ditegaskan model regresi tidak mengandung masalah heteroskedastisitas. Kebalikan, bila p-value ≤ 0.05 , model tersebut diduga kuat mengalami heteroskedastisitas.

3.13 Uji hipotesis

3.13.1 Uji Simultan (*F*)

Analisis varians, juga dikenal sebagai uji *F*, dimanfaatkan guna menetapkan apakah ada pengaruh gabungan antar variabel independen dan variabel dependen. Maka dijalankan melalui perbandingan angka *F* hitung serta angka *F* tabel pada tingkat signifikansi 0,05. Acuan dalam menetapkan keputusan pada pengujian *F* dapat dijelaskan yakni:

- a. Semua variabel bebas memberikan dampak yang berarti secara statistik pada variabel terikat jika signifikansi (*p*-value) $< 0,05$ serta *F* hitung $>$ dari nilai *F* tabel.
- b. Sebaliknya, bisa dikatakan variabel terikat tidak dipengaruhi secara signifikan oleh semua variabel bebas secara bersamaan jika *p*-value $> 0,05$ serta nilai *F* hitung $<$ nilai *F* tabel.

3.13.2 Uji Parsial (*t*)

Guna memahami sejauh mana dampak setiap variabel bebas pada variabel terikat secara terpisah, digunakan uji *t*, yang juga dikenal sebagai uji parsial. Tingkat signifikansi 0,05 digunakan untuk mengevaluasi ini.

Kriteria pengambilan keputusan yakni:

- c. Ada kemungkinan variabel independen berpengaruh yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen apabila *t* hitung $>$ *t* tabel erta nilai *p*-value (nilai signifikansi) berada di bawah 0,05.
- d. Sebaliknya, bisa ditegaskan tidak ada pengaruh statistik yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat jika *p*-value $> 0,05$ serta *t* hitung $<$ *t* tabel