

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif yang memiliki tujuan yaitu untuk menguji dan mengetahui pengaruh antar variabel yang telah dipilih. Pada penelitian ini membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengaruh komunikasi dan komitmen pelanggan *Scarlett Whitening* di Tangerang Selatan. Menurut Sugiyono (2019:18) menyatakan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alami. Sedangkan menurut Azwar (2018) menyatakan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan data berupa angka yang kemudian dikumpulkan melalui prosedur dan diolah menggunakan metode analisis statistika. Pendekatan kuantitatif memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui setiap hubungan antar variabel-variabel terutama variabel independen dari setiap indikator-indikator yang dapat mempengaruhi variabel dependen.

Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan oleh peneliti adalah mengumpulkan data menggunakan menggunakan metode penyebaran kuesioner kepada para pengguna *Scarlett Whitening* di Tangerang Selatan. Menurut M. Nazir dalam Harahap, et al., (2021) menyatakan bahwa penelitian survei dilakukan untuk mengumpulkan fakta dari gejala yang ada dan menemukan penjelasan secara factual. Data yang didapatkan yaitu berupa jawaban pelanggan terhadap pernyataan tentang komunikasi dan komitmen *Scarlett Whitening*.

#### **1.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan hal yang digunakan oleh peneliti dalam mendapatkan jawaban atas masalah yang diteliti. Dalam penentuan objek penelitian yang ditetapkan berdasarkan penyesuaian dengan tujuan penelitian. Pada penelitian ini Komunikasi (X1) dan Komitmen (X2) sebagai variabel

independen. Sedangkan Loyalitas Pelanggan (Y) sebagai variabel dependen. Objek penelitian ini yaitu pengguna Scarlett Whitening terkhusus di Tangerang Selatan, hal ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi dan komitmen di Tangerang Selatan yang dijadikan oleh peneliti sebagai penelitian utama. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pendukung dalam memperluas wawasan dan dapat meningkatkan pengetahuan yang berhubungan dengan budaya organisasi dalam perusahaan dan pemberian kompensasi yang diperoleh.

### **1.3 Populasi dan Sampel**

#### **1.3.1 Populasi Penelitian**

Menurut Sugiyono, (2016: 80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Ridwan dalam Buchari Alma (2015: 10) Populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian. Melihat pendapat diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan masalah penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pengguna *Scarlett Whitening* yang berada di kota Tangerang Selatan.

#### **1.3.2 Sampel Penelitian**

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti Riduwan, (2015: 56). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam Sugiyono, (2016: 85). Alasan meggunakan teknik *purposive sampling* ini karena sesuai untuk digunakan untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi menurut Sugiyono, (2016: 85).

## 1.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden yang berisi pernyataan yang harus dijawab yang nantinya responden dapat memilih pernyataan yang tersedia di dalam kuesioner. Pada penelitian ini, kuesioner akan disebarkan kepada objek penelitian yaitu pengguna Scarlett Whitening di Tangerang Selatan. Bentuk kuesioner yang akan disebarkan berupa pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian yaitu komunikasi dan komitmen Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala likert, variabel yang diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel yang dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun instrument yang berupa pernyataan atau pertanyaan dimana dalam setiap indikator akan diberikan skor menggunakan likert. Berikut ini adalah lima instrument dan nilai dari setiap jawaban, yaitu :

**Tabel 3.1 Skala Pengukuran Likert**

No.	Skala	Keterangan	Skor
1.	STS	Sangat Tidak Setuju	1
2.	TS	Tidak Setuju	2
3.	S	Setuju	3
4.	SS	Sangat Setuju	4

## 1.5 Definisi Operasional

Pada penelitian ini terdapat tiga variabel yang terdiri dari Komunikasi (X1), Komitmen(X2), dan Loyalitas Pelanggan (Y). Dalam penelitian ini terdapat konsep indikator terhadap setiap variabel penelitian, mulai dari variabel independen dan variabel dependen yang akan diukur. Setiap variabel yang akan diteliti memiliki konsep indikator sebagai berikut :

**Tabel 3.2 Tabel Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Komunikasi	<p>Komunikasi merupakan proses yang digunakan oleh perusahaan dan konsumen untuk saling membagi informasi agar mampu mencapai kepingan bersama. Komunikasi penting sekali bagi penerimaan yang menyebar luas akan produk baru. Engel et al., dalam Ellena (2011) mengemukakan bahwa dalam kegiatan bisnis, komunikasi pemasaran menjadi sangat penting, dan merupakan bagian dari bauran pemasaran. Karena itu untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan yang baru, perusahaan biasanya melakukan komunikasi pemasaran yang sesuai dengan karakter pelanggan-sasarannya.</p>	<p>1.Pengertian 2.Kesenangan 3.Berpengaruh pada sikap 4.Hubungan yang lebih baik Operasi</p>
2..	Komitmen	<p>Komitmen adalah suatu sikap yang merupakan niat untuk mempertahankan keterhubungan jangka panjang karena hubungan tersebut dirasa berharga dan memberikan manfaat. Manfaat relasional (relational benefits) memfokuskan pada manfaat yang berasal dari jasa pokok yang ditawarkan (Kartajaya, 2013) kasus tertentu tergantung pada tingkat kepuasan dengan hubungan yang tercipta</p>	<p>1.Keterlibatan adalah sesuatu yang diinginkan 2.Keterlibatan sangat penting 3.Komitmen adalah sesuatu yang membutuhkan banyak pemikiran</p>

	sebelumnya, besarnya harapan pelanggan dalam suatu hubungan, dan evaluasi alternatif yang tersedia..	
3. Loyalitas Pelanggan	Menurut Usmara (2014:122), Loyalitas adalah komitmen yang mendalam untuk membeli atau menggurui produk atau layanan yang dipilih di masa depan dengan berulang kali membeli merek yang sama, meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran dapat menyebabkan perubahan perilaku.	1. Pembelian berulang 2. Merekomendasikan kepada pihak lain 3. Konsumen tidak berniat untuk berpindah 4. Membicarakan hal-hal positif

## 1.6 Teknik Analisis Data

Pada penelitian kuantitatif ini, peneliti menggunakan instrument untuk mengumpulkan data dan analisis data dari seluruh responden yang masuk. Analisis data merupakan kegiatan untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden. Analisis data dilakukan untuk mengolah data menjadi sebuah informasi, dimana data akan menjadi lebih mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Metode analisis penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda.

### 1.6.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini merupakan uji yang dilakukan sebelum melakukan analisis lebih lanjut terhadap data yang telah dikumpulkan. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

### **1.6.1.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk dapat menguji apakah data yang akan digunakan untuk uji hipotesis yaitu data dari variabel dependen dan independen yang digunakan telah berdistribusi secara normal ataukah tidak. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak, dalam penelitian ini menggunakan uji dengan analisis statistik yaitu uji kolmogrov-smirnov. Uji kolmogrov-smirnov memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan  $> 0.05$  maka data berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikan  $< 0.05$  maka data tidak berdistribusi normal.

### **1.6.1.2 Uji Multikolinieritas**

Menurut Bismantara (2017) bahwa uji Multikolinieritas dilakukan dengan cara melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas. Lalu, menurut Halim (2017) terdapat dua metode untuk mengetahui gejala multikolinieritas yaitu:

1. Jika VIF kurang dari 10,00 maka dapat diartikan bahwa tidak ada multikolinieritas atau tidak ada pengaruh variabel bebas.
2. Jika nilai tolerance antar variabel bebasnya  $> 0,10$  maka tidak terjadi multikolinieritas.

### **1.6.1.3 Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Bismantara (2017) bahwa uji heteroskedastisitas dilakukan bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (homoskedastisitas) maka dapat diartikan model regresi telah memenuhi persyaratan. Salah satu cara yang dapat digunakan dalam uji heteroskedastisitas adalah menggunakan grafik scatter plot dengan ketentuan:

1. Jika titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur maka dapat dikatakan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola, maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

## **1.6.2 Analisis Statistik Deskriptif**

Menurut Hendri (2017) bahwa analisis deskriptif merupakan metode yang bertujuan untuk memperoleh gambaran obyektif yang terkait dengan obyek penelitian serta untuk mengetahui seberapa banyak responden yang menyatakan hal yang sama terhadap obyek penelitian yang ada.

## **1.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis Regresi Linear Berganda merupakan studi mengenai ketergantungan variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas. Menurut Hendri (2017) analisis ini bertujuan untuk menentukan estimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai variabel bebas yang diketahui. Teknik regresi linear berganda digunakan karena sesuai dengan tujuan dan hipotesis penelitian, yaitu diduga ada pengaruh signifikan antara budaya organisasi dengan kinerja karyawan, kemudian diduga ada pengaruh signifikan antara kompensasi dengan kinerja karyawan, dan diduga ada pengaruh antara budaya organisasi dan kompensasi dengan kinerja karyawan. Dalam hal ini terdapat bentuk persamaan regresi linear berganda yang diuraikan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y: Loyalitas Pelanggan

A: Konstanta

X1: Komunikasi

X2: Komitmen

$\beta_1 \beta_2$ : Koefisien Regresi

e: Residual / Error

## **1.7 Uji Validitas dan Reliabilitas**

### **1.7.1 Uji Validitas**

Menurut Bismantara (2017) bahwa uji validitas dilakukan dalam penelitian dengan tujuan untuk mengetahui apakah valid atau tidaknya instrumen dalam kuesioner. Validitas dihitung dengan menggunakan rumus product moment yang

mana hasil dari perhitungan aplikasi SPSS akan dibandingkan dengan nilai tabel pada signifikan 5%. Apabila nilai rhitung  $\geq$  nilai rtabel bernilai positif maka indikator atau pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid begitu juga sebaliknya.

### **1.7.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Bismantara (2017) bahwa uji Reliabilitas dilakukan dalam penelitian dengan tujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian merupakan instrumen yang reliabel, konsistensi, serta stabil atau tidak. Apabila kuesioner dilakukan pengukuran ulang dan menunjukkan hasil yang sama, maka kuesioner tersebut dianggap reliabel. Tingkat reliabilitas suatu variabel dapat dilihat dari hasil statistik Cronbach ' s Alpha (  $\alpha$  ). Lalu, suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika menunjukkan hasil nilai Cronbach's Alpha > 0,70.

## **1.8 Penguji Hipotesis**

### **1.8.1 Uji T (Uji Parsial)**

Menurut Salim (2017) uji t bertujuan untuk mengetahui tingkat signifikan atau seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam hal ini, pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level yaitu 0,05 ( $\alpha$ ) = 5%. Adapun kriteria uji t sebagai berikut:

1. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang menunjukkan bahwa suatu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Hipotesis alternatif ( $H_0$ ) yang menunjukkan bahwa suatu variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Berdasarkan angka signifikan, hipotesis dapat diterima atau ditolak apabila:
  - a. Jika angka signifikan <0,05 maka  $H_0$  ditolak.
  - b. Jika angka signifikan >0,05 maka  $H_0$  diterima.

### **1.8.2 Uji F (Uji Signifikansi Simultan)**

Menurut Ghozali (2013;98) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model



mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau:  $H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$ , artinya variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.  $H_a : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$ , artinya semua variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut: 1. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. 2. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Uji simultan atau yang sering dikenal sebagai uji F, pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen yaitu budaya organisasi dan kompensasi terhadap variabel dependen yaitu kinerja karyawan. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut :

1.  $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$ , maka variabel-variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
2.  $H_1: \beta_1/\beta_2 \neq 0$ , maka variabel-variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusannya adalah:

1. Dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak, apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi. Apabila probabilitas signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, apabila probabilitas signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima.

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan signifikan, maka hipotesis ANOVA dapat diterima bahwa semua variabel independen layak untuk menjelaskan variabel dependen.