

BAB III

METODE PENELITIAN

Pengertian metode, berasal dari kata *methodos* (Yunani) yang dimaksud adalah cara atau jalan. Metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu subjek atau objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya.²⁰ Penelitian adalah proses ilmiah yang selalu ada dalam kehidupan intelektual manusia berdasarkan sifat ingin tahu yang ada dalam hidup ilmuwan.²¹

Dengan demikian maka metode penelitian adalah cara atau jalan ilmiah dan sistematis yang dilakukan untuk mengetahui dan menyelidiki suatu fenomena terkait penelitian yang dilakukan.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif yakni, yang didalam penggalan datanya dan informasinya peneliti menghasilkan data yang berupa angka-angka.

²⁰ Muharom Khadafi, "Strategi Humas PT. Kereta Api Daop VIII Dalam Meningkatkan Citra Kereta Api Sebagai Jasa Transportasi Yang Aman" (Skripsi, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2006), hal. 38

²¹ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*....., hal. 295

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah jenis penelitian survey yakni, sebagai suatu cara melakukan pengamatan dimana indikator mengenai variabel adalah jawaban-jawaban terhadap pertanyaan yang diberikan kepada responden baik secara lisan maupun tertulis.

B. Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah masyarakat yang melakukan atau menggunakan produk yang dijual di reSHARE Rabbani untuk mengetahui persepsi mereka tentang merek dan loyalitasnya dan masyarakat yang pernah membeli di reSHARE Rabbani untuk mengetahui kualitas produk dan pelayanan yang dilakukan.

Penelitian ini bertempat di reSHARE Rabbani Jl. Dharmawangsa 98 A Surabaya.

C. Populasi dan sampel

1. Populasi

Dalam suatu penelitian kuantitatif, hal yang pertama kali dilakukan adalah penentuan populasi. Menentukan populasi merupakan keharusan dan persyaratan yang harus dipenuhi atau dengan kata lain apabila populasi sudah ditentukan maka baru dapat dilakukan penelitian. Sehingga variabel yang akan diteliti dan diukur menjadi jelas dan valid jumlahnya. Dengan demikian memudahkan dan melancarkan pelaksanaan penelitian.

Menurut Suharsimi Arikunto populasi adalah keseluruhan obyek penelitian. Adapun populasi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah konsumen produk Rabbani.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki.²² Dengan demikian penelitian bukan dilakukan terhadap populasi keseluruhan, melainkan terhadap sebagian populasi tersebut.

Disini peneliti menggunakan dua metode sampling yaitu sampling kuota dan sampling aksidental. Sampling kuota yaitu metode memilih sampel yang mempunyai ciri-ciri tertentu dalam kuota yang diinginkan. Dari jumlah populasi yang tidak terbatas atau tidak terhingga, dikarenakan pihak reSHARE Rabbani tidak mempunyai data-data konsumen yang pernah membeli di reSHARE Rabbani.

Sedangkan sampling aksidental adalah sampel yang diambil dari siapa saja yang kebetulan ada, maka peneliti mengambil 100 responden, karena jumlah tersebut dianggap cukup untuk bisa dilakukan analisa.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Adapun variabel yang digunakan peneliti yaitu variabel bebas dan variabel terikat atau tergantung, yang akan dijelaskan sebagai berikut :

²² Djarwanto PS, *Pokok-Pokok Metode Riset dan Bimbingan Teknis Penulisan Skripsi*, (Yogyakarta: Liberty, 1990). Ed. II, Cet. I, hal. 43

- a. Variabel bebas adalah variabel yang menentukan arah atau perubahan tertentu pada variabel tergantung atau variabel terikat. Pada penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah *brand image* produk. Obyeknya adalah produk Rabbani.
- b. Variabel terikat atau tergantung adalah variabel yang “dipengaruhi” oleh variabel bebas. Pada penelitian ini yang merupakan variabel tergantung adalah loyalitas konsumen. Obyeknya adalah konsumen Rabbani.²³

2. Indikator Penelitian

- a. Indikator variabel (X) : *Brand Image Product* Rabbani. Adapun indikatornya antara lain :
 1. Produk mudah dikenal
 2. Kemasan produk
 3. Label produk
 4. Kualitas produk
 5. Harga
 6. Keanekaragaman produk
 7. Fasilitas yang memuaskan
 8. Pelayanan

²³ Burhan Bungin, *Metodologi penelitian Kuantitatif*, ed.I hal. 62

b. Indikator Variabel (Y) : loyalitas konsumen. Adapun indikatornya antara lain :

1. Kesiediaan merekomendasikan dan menyarankan teman, saudara atau orang lain untuk memakai produk Rabbani.
2. Mempertimbangkan produk Rabbani sebagai pilihan pertama saat melakukan pembelian
3. Kesetiaan terhadap pembelian produk dengan kesiediaan melakukan pembelian ulang.
4. Intensitas pembelian produk Rabbani.
5. Perbandingan intensitas pembelian produk Rabbani dengan merek lain.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

a. Metode *Kuesioner* atau Angket

Sebagian besar penelitian umumnya menggunakan metode kuesioner. Angket adalah pengumpulan data dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan guna menghimpun data yang relevan.²⁴

Sedangkan menurut S. Nasution angket atau *questionnaire* adalah alat penelitian berupa daftar pertanyaan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden.²⁵

²⁴ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, hal. 75

²⁵ Nasution, *Metode Research*, hal. 169

Dalam teknik ini penulis membagikan angket yang berupa pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya dan diberikan kepada para konsumen sebagai sampel. Pertanyaan ini merupakan bentuk dari pada indikator variabel bebas dan terikat. Dengan angket ini diharapkan mampu memperoleh hasil tanggapan dari konsumen tentang *brand image product* dan loyalitas konsumen yang diberikan oleh reSHARE Rabbani.

b. Metode *Observasi*

Metode observasi (pengamatan) adalah suatu teknik penelitian yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan terhadap obyek, baik secara langsung atau tidak langsung tanpa ada unsur untuk mempengaruhi, mengatur, atau memanipulasi.²⁶

Dari metode observasi ini peneliti akan membuat pengamatan untuk memperoleh data tentang kondisi atau situasi reSHARE Rabbani di Dharmawangsa-Surabaya, baik dari segi obyek penelitian, kondisi lapangan, aktivitas yang dilakukan oleh karyawan reSHARE itu sendiri.

c. Metode *Interview*

Metode interview atau wawancara adalah teknis dalam upaya menghimpun data yang akurat untuk keperluan melaksanakan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data.²⁷ Data yang diperoleh dengan teknis ini adalah dengan cara tanya jawab secara lisan

²⁶ Ibid, hal. 144

²⁷ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1999), Cet. II, hal. 72

dan bertatap muka langsung antara seorang atau beberapa yang diwawancarai.

Dalam teknik ini, penulis mengadakan wawancara langsung dengan sumber data, yaitu dengan pimpinan reSHARE Rabbani, karyawan dan para konsumen guna mendapatkan data tentang sejarah berdirinya Rabbani, manfaat yang diperoleh para konsumen dan aktivitas-aktivitas lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

d. Metode Dokumen

Metode dokumen adalah data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual.²⁸

Metode ini dimaksudkan untuk memperoleh data reSHARE Rabbani tentang sejarah, struktur, visi dan misi, sarana dan prasarana serta mencari dokumen lain yang penting yang terkait dengan penelitian.

Jenis Data	Sumber Data	TPD
Gambaran umum obyek penelitian	Dokumen reSHARE Rabbani	D, O, dan W
Aktivitas karyawan reSHARE Rabbani	Pimpinan reSHARE, karyawan dan responden	W, A, dan O
Jumlah konsumen	Pimpinan reSHARE, karyawan dan responden	W dan D
Tanggapan konsumen	Konsumen reSHARE	A dan W

²⁸ Ibid, hal. 77

Kondisi lapangan	pimpinan dan karyawan reSHARE Rabbani	W dan O
------------------	--	---------

Keterangan :

TPD : Teknik Pengumpulan Data

D : Dokumentasi

O : Observasi

A : Angket

W : Wawancara

F. Teknik Analisis Data

Proses analisis data merupakan salah satu metode untuk menemukan jawaban atas pertanyaan dari perihal perumusan-perumusan yang diperoleh dari obyek penelitian.²⁹

Teknik analisis data yang digunakan adalah metode kuantitatif yaitu menggunakan cara perhitungan dengan menampilkan pengolahan data ke dalam angka-angka. Analisis data yang dimaksudkan untuk mengkaji pengujian hipotesa yang diajukan oleh penulis.

Tujuan dari pada analisis data adalah untuk mencari keabsahan data tersebut dan mendapatkan suatu kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan. Adapun data yang dimaksud dengan data analisis statistik adalah teknik analisa yang digunakan untuk menganalisis data. Data yang dibentuk angka-angka. Teknik ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan *Brand Image Product Rabbani* dengan loyalitas konsumen. Untuk itu penulis menggunakan rumus Product Moment, yang merupakan teknik korelasi

²⁹ Marzuki, *Metodelogi Reserach*, (Yogyakarta: BPE UII, 1986), hal. 63

tunggal yang digunakan mencari koefisien korelasi antara data interval dan data interval lainnya.

Anas Sudijono juga memaparkan beberapa kriteria kita bisa menggunakan teknik korelasi *product moment* apabila penelitian dihadapkan dengan kenyataan berikut ini :

1. Variabel yang dikorelasikan berbentuk gejala atau data yang bersifat kontinyu.
2. Sampel yang diteliti mempunyai sifat homogen, atau setidaknya tidaknya mendekati homogen.
3. Regresinya merupakan regresi linier.

Rumusnya sebagai berikut :

Rumus :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara gejala x dan gejala y

XY = Jumlah hasil kali antara variabel x dan variabel y

X = Jumlah variabel x

Y = Jumlah variabel y

X² = Jumlah diviasi skor x setelah terlebih dahulu di kuadratkan

Y² = Jumlah diviasi skor y setelah terlebih dahulu di kuadratkan

N = Jumlah responden.³⁰

³⁰ Burhan Bungin, "Metodelogi Kuantitatif, Edisi Pertama", (Jakarta : Kencana, 2005), hal 197.

Untuk menguji hasilnya yaitu dengan memperhatikan besarnya nilai hasil “r” hitung (r_{xy}) yang kemudian dikonsultasikan dengan “r” tabel *product moment* dengan taraf signifikansi 5% dan jumlah responden (SN = 100) diperoleh “r” tabel sebesar 0,195. Jadi apabila “r” hitung (r_{xy}) lebih besar dari pada “r” tabel, maka hipotesis nihil (H_0) ditolak, dan hipotesis kerja (H_1) diterima. Dan jika “r” hitung (r_{xy}) lebih kecil dari pada “r” tabel, maka hipotesis nihil (H_0) diterima dan hipotesis kerja (H_1) ditolak. Setelah dikonsultasikan antara “r” hitung dengan “r” tabel maka dapat diketahui hasilnya.