

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di PT. Teletama Artha Mandiri divisi AMS (*After Market Service*), Cabang Bogor yang beralamatkan di Jl. Pangkalan Raya Blok R.1 No.1 Ruko Warung Jambu Dua. Kota Bogor Utara. Lokasi penelitian ini dipilih dengan pertimbangan peneliti mudah memperoleh data penelitian yang bersifat data sekunder dan data primer dengan waktu penelitian 3 bulan.

B. Metode Penelitian

Menurut definisi Sugiyono,(2013). Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang di gunakan. Sedangkan sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

Jika ditinjau berdasarkan tinjuannya. Penelitian ini bersifat asosiatif. Hal tersebut dikarenakan penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mendapatkan penjelasan adanya hubungan atau relasi lebih lanjut antara nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan. Melalui metode ini diharapkan dapat menemukan pengetahuan yang secara praktis dapat diaplikasikan. Berkaitan dengan penelitian ini, variabel penelitian yang terdiri dari variabel dependen dan variabel independen diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti Ferdinand,(2006). Variabel dependen yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Yang dijadikan sebagai variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan (Y).

2. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif Ferdinand,(2006). Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari:

- a. Kepuasan pelanggan (X_1).
- b. Nilai pelanggan (X_2).

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Sugiyono,(2014), Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan perbaikan handphone type : *Xiaomi, Blackbery, Sony Xperia dan Lenovo* di PT. Teletma Artha Mandiri.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang mewakili keseluruhan objek yang diteliti. Sugiyono,(2014). Penarikan sampel ini didasarkan bahwa dalam suatu penelitian ilmiah tidak ada keharusan atau tidak mutlak semua polpulasi harus diteleti secara keseluruhann tetapi dapat dilakukan sebagian saja dari populasi.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Non Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sugiyono,(2013). Pengambilan sampel diambil dengan menggunakan metode jenis *purposive sampling*, karena di dalam menentukan sampel ada pertimbangan kriteria tertentu, yaitu sampel haruslah pelanggan yang pernah menggunakan jasa perbaikan *handphone* di TAM service center Bogor.

Pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, oleh karena itu untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2}$$

Sumber : Siregar, Syofian (2016).

Dimana **n** adalah jumlah sampel, **p** adalah porposi populasi dan **Z** adalah skor Z pada derajat kepercayaan tertentu serta **e** adalah sampling error. Nilai p selalu berkisar antara 0 - 1 maka besar p (1-p) dapat dicari sebagai berikut jika :

$$p = p (1-p)$$

$$p = p - p^2$$

$$P \text{ maksimum jika } = \frac{dp}{dp} = 0$$

$$1-2p = 0$$

$$P = 0,5$$

Subtitusikan nilai tersebut ke rumus sampel persamaan maka diperoleh :

$$\alpha = 1 - 0,95 = 0,05$$

$$\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$$

$$Z = 1 - 0,025$$

$$= 0.975 \text{ (1,96)}$$

Jika derajat kepercayaan ditentukan 95% dengan proposisi 0,5% ($\alpha/2 = 0,025$ diperoleh Z tabel sebesar 1,96) dan nilai e adalah 10% dengan nilai Z adalah 1,96 maka jumlah sampelnya dapat dihitung sebagai berikut :

$$p = 0,5$$

$$q = 1 - 0,5 = 0,5$$

$$e = 0,1$$

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 0,5 \cdot 0,5}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 96,04 responden namun untuk memudahkan penelitian, maka jumlah sampel dibulatkan menjadi sebanyak 100 responden.

D. Jenis Data dan Sumbernya

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder .

a. Data Primer.

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Menurut Sugiyono,(2013) yang menyatakan bahwa : “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data primer

dari penelitian ini berasal dari kuesioner yang diisi oleh responden (pelanggan pengguna jasa perbaikan handphone di PT. Teletama Artha Mandiri).

b. Data Sekunder

Data sekunder menurut Sugiyono,(2013) adalah "Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen". Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari pihak manajemen PT. Teletama Artha Mandiri Cabang Bogor. data jumlah pelanggan. Serta hal-hal lain yang berkaitan dengan penelitian.

E. Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan instrument penelitian karena merupakan salah satu tahapan dalam proses pengumpulan data sedangkan menurut (Sugiyono, 2013). Operasional variabel adalah pemberian definisi pada suatu variabel atau menspesifikkan kegiatan dan membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Definisi dari operasional variabel menjadikan konsep yang masih bersifat abstrak menjadi operasional yang memudahkan pengukuran variabel tersebut. Tujuanya yaitu agar peneliti dapat

mencapai suatu tolak ukur yang sesuai dengan hakikatnya variabel sudah di definisikan konsepnya.

Definisi opsional variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Nilai Pelanggan (X_1) terdiri dari indikator : *Emotional Value* (Nilai Emosional), *social value* (Nilai Sosial), *Quality/performance*, (Kualitas/ Nilai Kinerja).
2. Variabel Kepuasan Pelanggan (X_2) terdiri dari indikator: *service quality* (Kualitas pelayanan), *Product Quality* (Kualitas Produk).
3. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) terdiri dari indikator: *Repeat Purchase* (kesetiaan terhadap pembelian ulang produk), *Retention* (ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan), *Referrals* (mereferensikan secara total esistensi perusahaan).

Tabel 2

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala ukur variabel
Nilai Pelanggan (X_1)	Prefensi yang dirasakan oleh pelanggan atas atribut produk, kinerja, dan konsekuensi yang timbul dari pemakaian fasilitas untuk memenuhi sasaran dan maksudnya.	1. Nilai emosional (<i>Emotional value</i>). 2. Nilai sosial (<i>social value</i>). 3. Kualitas/ nilai kinerja (<i>Quality/performance value</i>). 4. Nilai uang / Harga (<i>value of money/price</i>).	Likert
Kepuasan Pelanggan (X_2)	Penilaian emosional atau perasaan yang dirasakan pelanggan setelah penggunaan produk dimana harapan dan kebutuhan terpenuhi..	1. Kualitas pelayanan (<i>service quality</i>). 2. Kualitas produk (<i>product quality</i>).	Likert
Loyalitas Pelanggan (Y)	Kondisi di mana pelanggan mempunyai sikap & perilaku positif terhadap perusahaan dan mempunyai komitmen pada perusahaan dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang	1. Kesetiaan terhadap pembelian ulang produk (<i>Repeat Purchase</i>). 2. Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan (<i>Retention</i>). 3. Mereferensikan secara totalistensi perusahaan (<i>Referrals</i>).	Likert

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah menggunakan media kuesioner, yaitu dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada pelanggan yang menggunakan fasilitas pelayanan di TAM service center Bogor yang berhubungan dengan pernyataan aspek variabel nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan dengan aspek variabel loyalitas pelanggan yang diisi sesuai apa yang diketahui maupun dikehendaki dengan menggunakan skala likert dengan skor 1-5 adapun penilaian skor di formulasikan seperti terlihat pada table dibawah:

Predikat dan Nilai Pilihan Jawaban:

Tabel 3

Skor Presepsi Skala Likert

Skor Presepsi	
Predikat	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju(S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

G. Teknis Analisis Data dan Hipotesis Statistik

1. Uji Validitas & Reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi (r) antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi, dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} , jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka variabel tersebut tidak valid Ghazali, (2013). Teknik yang dipakai untuk menguji validitas kuesioner adalah teknik korelasi *product moment* Pengujian menggunakan perangkat komputer aplikasi SPSS 20.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja yaitu disini

pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ Ghazali,(2013). Pengujian menggunakan perangkat komputer aplikasi SPSS 20.

2. Uji Asumsi Klasik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Selain itu untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Dasar pengambilan keputusannya jika nilai probabilitas lebih besar dari tingkat kekeliruan 5%(0,05), maka dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal. Ghazali, (2013).

b. Uji Multikolinieritas.

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika VIF lebih besar dari 10 dan nilai tolerance kurang dari 0,1 maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas. Ghazali,(2013).

c. Uji Heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi heteroskedastisitas dapat melihat grafik *scatterplot*. Deteksinya dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik di mana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu Y adalah residual yang telah di *studentized*. Dasar pengambilan keputusan antara lain sebagai berikut:

- 1) jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Ghozali, (2013).

3. Analisis Korelasi

Korelasi merupakan salah satu teknik analisis dalam statistik yang digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel yang bersifat kuantitatif. Hubungan dua variabel tersebut dapat terjadi karena adanya hubungan sebab akibat atau dapat pula terjadi karena kebetulan saja. Dua variabel dikatakan berkorelasi apabila perubahan pada variabel yang satu akan diikuti perubahan pada variabel yang lain secara teratur dengan arah yang sama (korelasi positif) atau berlawanan (korelasi negatif).

4. Analisis Regresi

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah linier berganda dengan alasan karena regresi linier berganda merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel secara bersama-sama atau lebih dengan variabel lain. Rumus regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas pelanggan.

a = Konstanta.

b_1 = Koefisien regresi nilai pelanggan.

b_2 = Koefisien regresi kepuasan pelanggan.

X_1 = Nilai pelanggan.

X_2 = Kepuasan pelanggan.

5. Uji Hipotesis.

a. Uji Signifikansi Simultan.

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Bentuk pengujianya adalah :

1) Penetapan Hipotesis

H_0 : Tidak terdapat pengaruh nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

H_1 : Terdapat pengaruh nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

2) Perhitungan Signifikansi.

Hipotesis kemudian diuji untuk mengetahui diterima atau ditolaknya hipotesisnya. Pengujian hipotesis di tunjukan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Pengujian *Analysis of varians* (Anova).

Pengujian Anova atau Uji F bisa dilakukan dengan dua cara yaitu melihat tingkat signifikansi atau membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dan pengujian dengan tingkat signifikansi table ANOVA $< \alpha = 5\%$, maka H_0 diterima (tidak berpengaruh).

Selanjutnya uji signifikan dikonsultasikan dengan F_{tabel} , dengan dk pembilang = k dan dk penyebut = (n-k-1), dengan taraf kesalahan yang ditetapkan missal 5%. Pengujian dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dilakukakan dengan ketentuan yaitu

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (berpengaruh).
- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak berpengaruh).

b. Uji Signifikansi Parsial

Uji statistik t tersebut juga sebagai uji signifikansi individual. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh Variabel independent secara parsial terhadap variabel dependen. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1) Penetapan Hipotesis.

a) Variabel X_1 (Nilai Pelanggan).

H_0 : Variabel nilai pelanggan tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

H_1 : Variabel nilai pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

b) Variabel X_2 (Kepuasan Pelanggan).

H_0 : Variabel kepuasan tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

H_1 : Variabel kepuasan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

2) Perhitungan Signifikansi.

Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} atau melihat kolom signifikansi pada masing-masing t_{hitung} karena proses uji t identik dengan uji F.

6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien korelasi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara Variabel nilai pelanggan (X_1), kepuasan pelanggan (X_2) dan variabel loyalitas pelanggan (Y).

Setelah koefisien korelasi diketahui, maka selanjutnya menghitung koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase atau proporsi variasi variabel terkait yang dijelaskan oleh variabel penjelas (variabel bebas). Pengolahan data menggunakan bantuan komputer dengan program SPSS.

Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$$Kd = R^2 \cdot 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi atau seberapa jauh perubahan variabel terkait.

R^2 = Korelasi berganda.