

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Adapun jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yang dilakukan di dalam masyarakat yang sebenarnya untuk menemukan realita apa yang tengah terjadi mengenai masalah tertentu.¹

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif pada hakekatnya adalah menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistik.² Dalam penelitian kuantitatif atau positivistik, yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa suatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan hubungan gejala bersifat kasual (sebab akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja.³

Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif maka data-data yang diperoleh dari lapangan diolah menjadi angka-angka. Kemudian angka-angka tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasil olah data yang diinginkan.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Setiap mengadakan penelitian terlebih dahulu menentukan obyek apa yang akan diteliti dan siap menjadi populasi dan sampelnya. 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. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain, populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari. Tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.⁴

Populasi penelitian ini yaitu pada pelanggan usaha jasa bordir di Victory Fashion. Terutama pelanggan yang sudah masuk kategori loyalitas. Dan telah melakukan transaksi pemesanan minimal 2 kali pada usaha jasa bordir di Victory Fashion Kudus.

¹ Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2005), 14.

² Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), 5.

³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 63.

⁴ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 72.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan probability sampling dan teknik random sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.⁵

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sample adalah menggunakan metode Slovin. Maka untuk mengetahui seberapa banyak sample minimal yang mewakili populasi pemesanan pada usaha jasa bordir di Victory Fashion Kudus digunakan rumus Slovin.⁶

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

Dimana:

n : Jumlah sampel

N: Jumlah populasi

e : Presentasi kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan yang masih bisa ditolelir atau diinginkan (e = 0,1).

Berdasarkan perhitungan populasi pada tabel 1.1 di bab 1 dan rumus diatas diketahui bahwa ukuran sampel dari penelitian ini adalah:

Diketahui:

N = 370 responden

E = 0,1

$$n = \frac{370}{1 + 370 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{370}{4,7} = 78,72$$

Dari perhitungan diatas dengan tingkat kesalahan 10% , Namun demikian, agar ukuran sampel yang diperlukan lebih representative maka ukuran sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 80 responden.

⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, 120.

⁶ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 77.

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian yang dimaksud adalah subjek dari mana data diperoleh. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, sebagai berikut:

1. Data primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama, baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner.⁷ Data primer diperoleh dari jawaban para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang digunakan oleh peneliti. Sedangkan responden yang menjawab daftar kuesioner (*instrumen*) tersebut merupakan pelanggan jasa bordir komputer di Victory Fashion Kudus.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah dari pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.⁸ Data sekunder dalam hal ini peneliti mendapatkannya dari dokumen, Jurnal, buku-buku literatur, dan media alternatif lainnya yang ada hubungannya dengan pembahasan penelitian ini. Data-data ini diperoleh dari dokumentasi, pengamatan pada usaha jasa bordir komputer di Victory Fashion Kudus, buku-buku dan jurnal penelitian yang mendukung bagi penelitian ini.

D. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut Sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *independen* adalah kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2), dan kepuasan pelanggan (X3).

2. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau

⁷ Sudjarwo dan Basrowi, *Manajemen Penelitian Sosial* (Bandung :Mandar Maju ,2009), 104.

⁸ Sudjarwo dan Basrowi, *Manajemen Penelitian Sosial*, 105.

yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁹Variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan (Y).

E. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Operasional	Dimensi	Indikator	Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistemawaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. ¹⁰	Bukti Langsung (<i>tangibles</i>)	1. Tingkat fasilitas fisik	Skala Likert
			2. Peralatan personil	Skala Likert
		Keandalan (<i>reliability</i>)	1. Kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan, secara tepat sasaran dan akurat.	Skala Likert
		Daya tanggap (<i>responsive</i>)	1. Kesiediaan membantu pelanggan	Skala Likert
		Jaminan (<i>asurance</i>)	1. Kredibilitas	Skala Likert

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 38.

			2. Keamanan dan resiko	Skala Likert
		Empati (<i>empathy</i>)	1. Memahami pelanggan	Skala Likert
Kepercayaan (X2)	Kepercayaan merupakan suatu hal yang penting bagi sebuah komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti. ¹¹	Kemampuan (<i>ability</i>)	1. Mampu memberikan produk dan pelayanan yang baik	Skala Likert
			2. Mampu memberikan rasa aman dan nyaman kepada pelanggan	Skala Likert
		Kebaikan hati (<i>benevolence</i>)	1. Kepercayaan atas etika dan moral yang baik dalam membentuk pelanggan	Skala Likert
			2. Mampu menjalin hubungan baik dan menjaga kepercayaan pelanggan	Skala Likert
			Integritas	1. Tidak melakukan kesalahan fatal dalam pelayanan maupun produk yang dihasilkan

			2. Informasi yang jelas dan benar	Skala Likert
Kepuasan pelanggan (X3)	Kepuasan konsumen (<i>consumer satisfaction</i>) di definisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh atau menggunakannya. ¹²	Kepuasan berdasarkan kualitas produk	1. Kualitas bordir yang dihasilkan sesuai harapan	Skala Likert
		Kepuasan berdasarkan kualitas pelayanan	1. Merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Victory Fashion Kudus	Skala Likert
		Kepuasan berdasarkan emosional pelanggan	1. Merasa puas dan bangga jika telah menggunakan produk/jasa dari Victori Fashion Kudus	Skala Likert
		Kepuasan berdasarkan kualitas harga	1. Harga yang ditawarkan bervariasi sesuai tingkat kesulitan dan banyaknya pesanan	Skala Likert
			2. Harga relatif terjangkau	Skala Likert

¹² John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, terj. Lina Salim, (Jakarta: Erlangga, 2002), 89.

		Kepuasan berdasarkan kualitas biaya	1. Tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan	Skala Likert
Loyalitas pelanggan (Y)	Loyalitas merupakan suatu kata yang biasanya digunakan untuk menggambarkan kesetiaan pelanggan agar senantiasa menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang, menggunakannya secara eksklusif dan merekomendasikan produk-produk perusahaan kepada teman dan rekannya. ¹³	Melakukan pembelian berulang	1. Pembelian atau pemesanan teratur dan tidak beralih ke produk atau jasa lain.	Skala Likert
			2. Pembelian atau pemesanan sedikitnya dua kali dalam selang waktu tertentu.	Skala Likert
		Membeli antar lini produk dan jasa	Tertarik pada produk lain yang ditawarkan oleh jasa tersebut	Skala Likert
		Merekomendasikan kepada orang lain	Menyarankan produk atau jasa kepada Keluarga	Skala Likert
			Menyarankan produk atau jasa kepada teman dekat	Skala Likert
		Menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik dari pesaing	1. Tidak tertarik dengan produk atau jasa lain	Skala Likert

			2. Presepsi kualitas jasa yang digunakan lebih baik dari yang lain	Skala Likert
			3. Tidak terpengaruh dengan tawaran produk atau jasa lain	Skala Likert

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode diantaranya:¹⁴

1. Kuesioner (Angket)

Metode angket disebut sebagai metode kuesioner atau dalam bahasa Inggris disebut *questionnaire* (daftar pertanyaan). Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden, setelah diisi angket dikirim kembali atau dikembalikan kepetugas atau peneliti.

Metode ini digunakan untuk memperoleh data respon pelanggan di Victory Fashion Kudus mengenai kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Kuesioner disusun dengan menggunakan skala *likert (likert scale)*, dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor.

Tabel 3.2 Skala likert

Jawaban	Skor atau Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 199.

2. Wawancara

Wawancara adalah usaha untuk mengumpulkan informasi dengan mengajukan pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula. Ada dua cara dalam wawancara yaitu:¹⁵

a. Wawancara langsung

Wawancara langsung dengan objek penelitian. Oleh karena itu peneliti melakukan wawancara langsung kepada manajer Victory Fashion Kudus. Untuk mengetahui lebih dalam mengenai objek yang diteliti dan masalahnya.

b. Wawancara tidak langsung

Wawancara melalui pihak ketiga atau informan yaitu informan menanyakan kepada responden.

3. Dokumentasi

Metode dokumenter adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Pada intinya metode dokumenter adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis.¹⁶

Sebagian besar data yang tersedia berbentuk surat-surat, catatan harian, kenang-kenangan, laporan, dan sebagainya. Sifat utama dari data ini tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk hal-hal yang telah silam. Metode dokumenter merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kuantitatif. Metode ini peneliti gunakan untuk mendapatkan data tambahan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha bordir komputer Victory Fashion Kudus.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (nilai *Correcte item-Total Correlation* pada *output Cronbach alpha*) dengan nilai r tabel untuk *degree of freedo* (df) = $n - 2$ (n adalah jumlah sampel).

¹⁵ Willy Abdillah dan Jogiyanto Hartanto, *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*, (Yogyakarta: Andi Ofseet, 2015), 56.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 329.

Jika r hitung lebih besar daripada r tabel dan berkorelasi positif maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid. Atau dengan kata lain item pertanyaan dikatakan valid apabila skor item pertanyaan memiliki korelasi yang positif dan signifikan dengan skor total variabel.¹⁷

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu koefisien 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. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha $> 0,60$.¹⁸

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikorelasi

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikorelasi di dalam model regresi adalah dapat dilihat dari nilai R^2 , matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan nilai toleransi dan lawannya dan variance inflation factor (VIF).

2. Uji Heteroskedastisitas

Yaitu bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *cross section* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Adapun cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot dengan dasar analisis¹⁹:

¹⁷ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, 2013), 352.

¹⁸ Masrukhin, *Statistik Deskriptif Dan Inferensial*, (Kudus: Media Ilmu Press, 2014), 148.

¹⁹ Imam Ghozali, *Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2005, 94.

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi *heteroskedasitas*.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, setiap titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedasitas.

3. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah didistribusi data normal atau tidak dengan menggunakan analisis grafik.

Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan data distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.²⁰

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Ganda

Analisis regresi ganda digunakan untuk menguji hipotesa dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha jasa bordir di Victory Fashion Kudus

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda untuk menganalisis data. Bentuk persamaan garis regresi ganda adalah sebagai berikut.²¹

$$\text{Rumus } Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana:

- Y = Loyalitas Konsumen
 a = Konstanta
 X1 = Kualitas Pelayanan
 X2 = Kepercayaan

²⁰ Imam Ghozali, *Analisis Multivariate dengan program SPSS*, 96.

²¹ Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Media Kom, 2010), 58.

- X3 = Kepuasan Pelanggan
 b1 = Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan
 b2 = Koefisien regresi variabel kepercayaan
 b3 = Koefisien regresi variabel kepuasan pelanggan
 e = eror

2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji signifikansi parameter parsial bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel *independen* secara individual dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Uji signifikansi parameter individual dilakukan dengan uji statistik t. Kesimpulan yang diambil dengan melihat ketentuan:²²

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan bernilai positif maka H_0 ditolak.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan bernilai negatif maka H_0 diterima.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *independen* dalam menjelaskan variasi variabel *dependen* sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memproduksi variasi variabel *dependen*.²³

4. Uji Signifikansi Parameter Simultan (uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independen* (X_1, X_2, X_3). Secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependen* (Y). F hitung dapat diketahui dengan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

R^2 = koefisien determinasi

n = jumlah data atau kasus

k = jumlah variabel *dependen*

dengan menggunakan tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$), df 1 (jumlah variabel-1) atau $3-1 = 2$ dan df 2 ($n-k-1$). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dengan ketentuan:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima.

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak.²⁴

²² Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 68.

²³ Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 66.

²⁴ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 67.