

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei. Penelitian survei merupakan penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi yang dipilih, dan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data mengenai indikator-indikator yang berkaitan dengan variabel penelitian. Data yang diperoleh dianalisis dan hasilnya dipaparkan secara deskriptif. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dan bertujuan untuk menganalisis hubungan antar variabel. Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya, maka penelitian ini bersifat korelasional, yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel penting dengan masalah (Hermawan, 2009).

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. yang terletak di jalan Veteran, Kabupaten Gresik, Propinsi Jawa Timur

3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2008) yang dimaksud populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek dan subyek yang akan diteliti, melainkan juga karakteristik dari obyek yang akan diteliti sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi terhadap kelompok yang diteliti.

Penentuan populasi dalam penelitian ini dibatasi pada instansi perusahaan pelanggan bisnis PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. di wilayah Provinsi Jawa Timur sebanyak 125 perusahaan.

3.3.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2008) yang dimaksud sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili (representatif). Saat ini jumlah pelanggan bisnis PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. di wilayah Jawa Timur sebanyak 125 perusahaan. Untuk menentukan jumlah sampel dari populasi yang sudah diketahui, peneliti menggunakan rumus dari Slovin: $n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$. Dengan populasi 125 dan taraf signifikansi 5% atau 0,05; maka besarnya jumlah sampel adalah : $125/1 + (125)(0,05)^2 = 125/1 + (125)(0,0025) = 125/1 + 0,3 = 125/1,3125 = 95,238 = 95$ perusahaan. Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 95 perusahaan. Teknik Pengambilan Sampel menggunakan pendekatan *proportional random sample*.

Tabel 3.1 Tabel Penetapan Jumlah Sample Responden Perusahaan Pelanggan Bisnis PT Semen Indonesia

No	Segmen	Jumlah Segmen	<i>Proportional Random Sample</i>
1	Ready Mix	42	32
2	Pabrik Asbes	14	11
3	Pabrik Beton	17	13
4	Pabrik Genteng	9	7
5	Pabrik Instan	4	3
6	Pabrik Paving	39	29
	Jumlah	125	95

3.4. Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini menggunakan dua jenis data sebagai berikut:

1.4.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei atau observasi (Hermawan, 2009). Data primer bersumber dari responden yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada instansi perusahaan pelanggan bisnis PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. di wilayah Provinsi Jawa Timur.

1.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain (Hermawan, 2009). Data sekunder bersumber dari dokumen perusahaan seperti profil perusahaan, laporan tahunan perusahaan yang dimiliki PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.. Disamping itu, tulisan, artikel dan jurnal di internet yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti dapat juga menjadi sumber perolehan data sekunder.

3.5. Teknik Pengambilan Data

Penelitian lapangan dilakukan dengan penyebaran kuisisioner kepada responden yang berisi daftar pernyataan untuk mengetahui pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel perantara pada pelanggan bisnis PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.

Peneliti mendampingi responden selama pengisian kuisioner, sehingga apabila responden mengalami kesulitan dalam mengisi maka dapat dijelaskan oleh peneliti.

3.6. Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional

3.6.1. Identifikasi Variabel

Variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai "variasi" antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain (Hatch dan Farhady dalam Sugiyono, 2008). Kidder (1981) dalam Sugiyono (2008) menyatakan bahwa variabel adalah suatu kualitas (*qualities*) dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya.

Variabel dapat dibedakan menjadi variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2008).

Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel, satu variabel terikat, satu variabel bebas, dan satu variabel perantara yaitu:

1. Variabel bebas (X) yaitu Penanganan Keluhan
2. Variabel perantara (Z) yaitu Kepuasan Pelanggan
3. Variabel terikat (Y) yaitu Loyalitas Pelanggan

3.6.2. Definisi Operasional

Definisi operasional masing-masing variabel dan indikatornya menurut Tiptono (2005 : 240) dan Yuda Wicaksono (2008) sebagai berikut:

1. Penanganan Keluhan (X) adalah persepsi responden tentang system penanganan keluhan untuk mengatasi keluhan pelanggan bisnis semen produk PT Semen Indonesia (Persero) Tbk dengan indikator :
 - 1) Memberi pelayanan yang tepat.
 - 2) Memperoleh semen yang berkualitas.
 - 3) Pelanggan mendapat informasi yang memadai.
 - 4) Pelanggan mendapat penanganan keluhan yang cepat.
 - 5) Pelanggan memperoleh jawaban atas masalah yang mereka hadapi.
2. Kepuasan Pelanggan (Z) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan haraapan-harapannya, dengan indikator :
 - 1) Senang menggunakan Semen Gresik
 - 2) Puas akan manfaat menjadi pelanggan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.
 - 3) Puas berhubungan dengan petugas/pelayanan.
 - 4) Puas terhadap harga Semen Gresik
 - 5) Puas terhadap kualitas Semen Gresik.
3. Loyalitas Pelanggan (Y) adalah keinginan kuat dari pelanggan untuk tetap menggunakan semen merek Semen Gresik pada saat sekarang maupun saat yang akan datang, dengan indikator :
 - 1) Tidak ingin mengganti Semen Gresik dengan merek lain
 - 2) Merekomendasi kepada orang lain untuk memilih Semen Gresik

- 3) Menceritakan keunggulan Semen Gresik kepada orang lain
- 4) Menjadikan Semen Gresik sebagai pilihan utama

Pada penelitian ini, digunakan skala *likert* untuk mengukur pendapat atau persepsi responden terhadap variabel yang diteliti. Variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator-indikator variabel, yang selanjutnya dijadikan sebagai dasar untuk menyusun item-item pernyataan dari suatu kuesioner yang akan dibagikan kepada responden (Sugiyono, 2008).

Responden diminta untuk memberikan pendapatnya terhadap serangkaian pernyataan yang berkaitan dengan obyek yang diteliti dengan gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka pendapat responden diberi skor sebagai berikut : 1) Sangat Setuju (SS) diberi skor 5; 2) Setuju (ST) diberi skor 4; 3) Netral (N) diberi skor 3; 4) Tidak Setuju (TS) diberi skor 2; dan 5) Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

Responden memiliki kebebasan untuk memilih ke 5 poin. Pilihan 'netral' memberikan implikasi bahwa responden tidak dipaksa memilih salah satu kutub secara kontras.

3.7 Uji Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Sebelum data diolah dan dianalisis, maka terlebih dahulu harus dilakukan pengujian terhadap kualitas data untuk mengetahui kesungguhan para responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan mengenai pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel

perantara pada pelanggan bisnis PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, yaitu dengan uji validitas.

Uji validitas adalah pertanyaan sejauh mana data yang ditampung pada kuesioner dapat diukur apa yang ingin diukur (Husein Umar, 2002:101). Teknik yang digunakan dalam pengujian validitas menggunakan teknik *Korelasi Pearson* (Algifari, 2002:55).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukuran dalam mengukur gejala yang ada (Umar, 2003:86) setiap alat pengukuran harusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil yang konsisten.

Untuk menguji reliabilitas instrumen dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach (Umar, 2003:207) dengan asumsi bahwa suatu instrumen dianggap reliable apabila koefisien $\alpha > 0.6$. Perhitungan alat ukur reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan program komputer SPSS for Windows, dengan jumlah sampel instrumen sebanyak 40 responden.

3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dapat dilakukan agar model regresi yang digunakan dapat memberikan hasil yang representatif. Untuk mempermudah analisis digunakan aplikasi pengolah data SPSS.

3.8.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model yang baik seharusnya tidak terjadi

korelasi diantara variable independen dan tidak orthogonal atau nilai korelasi antarsesama variabel independen sama dengan nol. Dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), nilai *tolerance* yang besarnya di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinieritas pada variabel independennya (Imam Ghazali, 2005).

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk menganalisis apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Kita dapat melihatnya dari grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Dasar membentuk pola tertentu atau teratur maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya apabila titik-titik yang ada menyebar di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Imam Ghazali, 2001).

3.8.3 Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui perlakuan akan berdistribusi normal atau tidak (Sudjana, 1996). Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan *ploting* data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Jika data menyebar disekitar garis diagonalnya dan mengikuti arah garis diagonalnya atau grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi normal. Apabila data jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonalnya atau grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi tidak normal (Imam Ghazali, 2005). Untuk mempermudah analisis digunakan aplikasi pengolah data SPSS.

3.9 Teknik Analisis Data

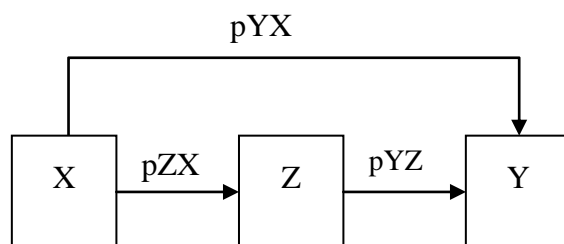
Teknik analisis yang dipergunakan untuk mengolah data adalah analisis jalur (*Path Analysis*) dengan alat bantu yang berupa program aplikasi komputer yaitu *SPSS* versi 13.0 dan *AMOS* versi 4.0. Analisis Jalur ialah Suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung (Retherford.1993).

Untuk mendapatkan nilai pengaruh langsung dan tidak langsung digunakan analisis regresi dengan variabel intervening. Variabel intervening merupakan variabel antara atau mediating yang berfungsi memediasi hubungan antara variabel independen dan dependen.

Jalur tersebut di atas terdiri substruktur, yaitu X sebagai variabel bebas dan Z sebagai variabel intervening yaitu variabel yang berfungsi sebagai variabel bebas dan terikat, dan Y sebagai variabel terikat. Persamaan struktural dari variabel bebas dan terikat sebagai berikut:

Persamaannya :

1. $Z = p_{ZX} + \epsilon$
2. $Y = p_{YZ} + \epsilon$
3. $Y = p_{YX} + \epsilon$
4. $Y = p_{ZX} (x) p_{YZ} + \epsilon$



Keterangan :

Y = Loyalitas Pelanggan
 X = Penanganan Keluhan
 Z = Kepuasan Pelanggan
 € = Standar Error

Gambar 3.1
Analisa Jalur

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable penjelas atau bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2005:84). Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas penanganan keluhan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel perantara pada pelanggan bisnis PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.

Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2005:85) :

1. Dengan membandingkan nilai t_{hitung} -nya dengan t_{tabel} .

Apabila $t_{tabel} > t_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

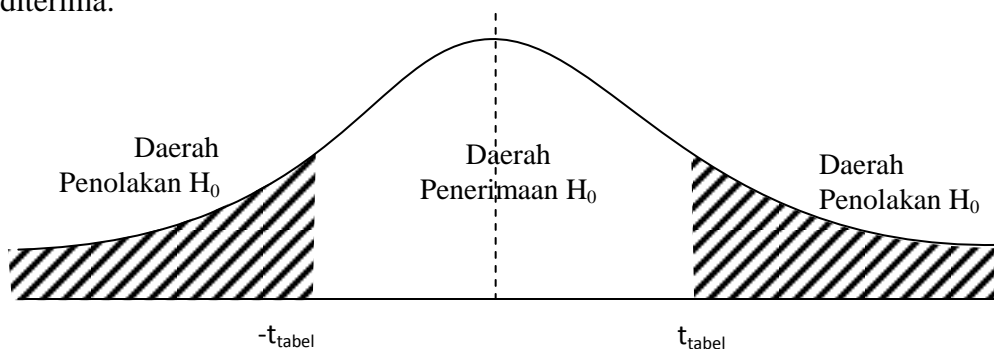
Apabila $t_{tabel} < t_{hitung}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 5\%$) dengan nilai df (*degree of freedom*), $n-k-1$ ($40-1-1$) = 38, maka dapat diketahui nilai t_{tabel} sebesar 1,661

2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi.

Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.



Gambar 3.2
Kurva Penolakan dan Penerimaan Hipotesis

3.9.1 Uji Simultan (F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2005;84). Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh penanganan keluhan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya, yaitu loyalitas konsumen.

Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2005;84) :

1. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel

Apabila $F_{tabel} > F_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Apabila $F_{tabel} < F_{hitung}$, 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 dan H_1 diterima.

3.9.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Kuncoro, 2001 : 84). Koefisien determinan (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variable independent sama sekali tidak berpengaruh terhadap variable dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variable independent berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui presentase

perubahan variable terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas.