

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif Indriantoro dan Supomo (2002:12) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur analitis.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Gresik. Lokasi penelitian yaitu di PT. Mandiri Cipta Sejahtera di Kabupaten Gresik.

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Indriantoro dan Supomo (2003:105) populasi yaitu sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Dalam penelitian populasinya adalah seluruh pelanggan PT.Mandiri Cipta Sejahtera di Kabupaten Gresik Yang jumlahnya mencapai ribuan orang. Oleh karena itu dengan alasan praktis,peneliti mengambil sebagian dan populasi sebagai sampel. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang baik menurut Sugiyono, (2005:57) antara 30-500 responden. Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebesar 100 responden dari semua pelanggan di PT.Mandiri Cipta Sejahtera di Kabupaten Gresik.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling Technique* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa yang

kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Bila dipandang orang bila ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sugiyono, (2005:60).

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang dikumpulkan dengan tujuan untuk membantu kebutuhan penelitian yang sedang berlangsung. Dilakukan melalui kuisioner yang isinya sesuai dengan indikator harga, kepercayaan pelanggan, dan kualitas layanan, berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada jasa PT. Mandiri Cipta Sejahtera di Kabupaten Gresik.

3.5 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dapat dilakukan dengan kuisioner yaitu dengan mengedarkan daftar pertanyaan kepada pengunjung untuk di isi. Kuisioner dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama mengenai harga, kepercayaan pelanggan, dan kualitas layanan, dan bagian kedua mengenai loyalitas pelanggan pada jasa PT. Mandiri Cipta Sejahtera di Kabupaten Gresik. Dan untuk menghindari kesalahan dalam pengisian, maka peneliti terlebih dahulu memberikan penjelasan kepada para responden.

3.6 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan definisi variabel yang telah didefinisikan agar dapat dioperasionalkan dan didalamnya mengandung penjelasan variabel, pengukuran variabel dan skala pengukuran yang digunakan. Definisi operasional sebagai berikut :

- a. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh pelanggan PT.Mandiri Cipta Sejahtera untuk mendapatkan jasa di PT.Mandiri Cipta Sejahtera guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya, dengan Indikator-indikatornya sebagai berikut: (Suryadi dan Hutomo, 2010)
 - a. Harga diberikan sesuai dengan pelayanan.
 - b. Harga mengacu terhadap moment tertentu
 - c. Potongan harga.
2. Kepercayaan merupakan hal yang sangat penting dalam berbisnis. Namun setelah mendapat kepercayaan dari pelanggan, ada pekerjaan rumah selanjutnya bagi PT.Mandiri Cipta Sejahtera agar dapat mempertahankan pelanggannya sehingga pelanggannya selalu melakukan aktivitas kepada PT.Mandiri Cipta Sejahtera, dengan indikator sebagai berikut:
Variabel X₂: Kepercayaan pelanggan, dengan indikator. (Utama:2007) :
 - a. kepercayaan pelanggan terhadap faktor jaminan.
 - b. Kepercayaan pelanggan terhadap faktor pelayanan.
 - c. Kepercayaan pelanggan terhadap faktor komitmen.
3. Kualitas pelayanan Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi terus tumbuh. di PT.Mandiri Cipta Sejahtera sangat memuaskan diantaranya: dengan banyak memberikan kemudahan kepada pelanggan sehingga pelanggan dapat

menyerahkan semua solusi kebutuhan transportasinya kepada PT.Mandiri Cipta Sejahtera semata-mata bertujuan untuk meningkatkan produktivitas kerja sekaligus meningkatkan efisiensi biaya operasional.

Variabel X_3 :Kualitas layanan, dengan indikator. Garvin (1996):

- a. *Tanggibles* (Bukti Langsung).
- b. *Reliability* (Kehandalan).
- c. *Responsiveness* (Daya Tangkap).

4. Variabel Y: Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan atau selalu melakukan aktivitas kepada PT. Mandiri Cipta Sejahtera di Kabupaten Gresik, indikatornya. (lupiyoadi:2008):

- a. Pembelian ulang.
- b. Merekomendasikan kepada orang lain.
- c. Tidak berpengaruh terhadap perusahaan yang lain.

3.7 Pengukuran Variabel

Nilai jawaban responden diukur dengan menggunakan skala Liktert yaitu suatu skala untuk mengukur sikap atau persepsi seorang tentang fenomena social yang tersusun mulai sangat positif sampai dengan sangat negatif (Sugiyono;73) yaitu mulai dari:

1. Nilai 1, sangat tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan.
2. Nilai 2, tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan.
3. Nilai 3, netral dengan pernyataan yang diajukan.
4. Nilai 4, setuju dengan pernyataan yang diajukan.
5. Nilai 5, sangat setuju dengan pernyataan yang diajukan.

3.8 Uji Validitas dan Reabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dihitung dengan menggunakan korelasi person dan setelah dilakukan pengukuran dengan SPSS akan dilihat tingkat signifikan atas semua pernyataan, nilai validitas dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Jika angka korelasi yang diperoleh lebih besar dari pada angka kritik ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dan nilai r positif maka instrumen tersebut dikatakan valid. Ghazali (2013:52).

3.8.2 Uji Reliabilitas

Ghozali (2013:47) menyatakan bahwa reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dan variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu yang pertama *repeated measure* atau pengukuran ulang, yang kedua *one shot* atau pengukuran sekali saja disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.60 (Nunnally, 1969)

3.9 Uji Asumsi Klasik

Untuk dapat melakukan analisis regresi sederhana perlu pengujian asumsi klasik sebagai persyaratan dalam analisis agar datanya dapat bermakna dan bermanfaat. Uji asumsi klasik meliputi uji asumsi klasik meliputi uji autokorelasi, uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

3.9.1 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang menjelaskan.

Rumus Uji Durbin Watson sebagai berikut: Alhusin (2007:51)

$$d = \frac{\sum(e_n - e_{n-1})^2}{\sum e_x^2}$$

Keterangan:

D = nilai Durbin Watson

e = residual

3.9.2 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Analisis grafik salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan data distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Dengan melihat tampilan grafik histogram maupun grafik normal plot dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang menceng (*skewness*) ke kiri dan tidak normal. Sedangkan pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya agak menjauh dari garis diagonal. Ghozali (2013:160).

3.9.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama

variabel independen sama dengan nol. Ketentuan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas yaitu jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10, dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model dikatakan terbebas dari multikolinearitas $VIF = 1/Tolerance$, jika $VIF = 0$ maka $Tolerance = 1/10$ atau 0,1. Semakin tinggi VIF maka semakin rendah *Tolerance*.Ghozali (2013:105)

3.9.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Menurut Ghozali (2013:139) model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot.

Dasar analisisnya adalah :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.10 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atas perubahan dari setiap

peningkatan atau penurunan variabel independen yang akan mempengaruhi variabel dependen.

Dalam rangka menganalisis pengaruh variabel independen dengan variabel tergantung agar sesuai dengan tujuan penelitian, maka digunakan pendekatan regresi linear berganda. Analisis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = B_0 + B_1.X_1 + B_2.X_2 + B_3.X_3 + e$$

Dimana :

Y = *Variabel dependent* (Loyalitas Pelanggan)

X_{123} = *Variabel independent* (Harga, Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Layanan).

B_0 = Nilai konstanta.

B_1 = Koefisien regresi harga.

B_2 = Koefisien regresi kepercayaan pelanggan.

B_3 = Koefisien regresi kualitas layanan.

e = Komponen kesalahan yang diasumsikan dengan observasi.

3.11 Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis bahwa pengaruh harga, kepercayaan, kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan rental secara simultan digunakan uji F sedangkan untuk menguji secara parsial digunakan uji t.

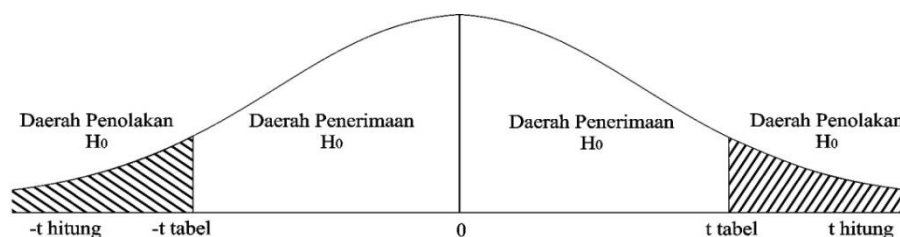
3.11.1 Uji t (Parsial)

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji t, berikut beberapa tahap pengujian yang dilakukan:

1. Tingkat signifikansi = 2,5% dengan $df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$. Maka diperoleh $t_{tabel} = 1,9850$ (lampiran 4)

2. Kriteria yang dipakai dalam uji t adalah:

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial ada pengaruh nyata antara harga, kepercayaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian hipotesis satu terbukti kebenarannya.
- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara parsial tidak ada pengaruh nyata antara antara harga, kepercayaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian hipotesis satu terbukti kebenarannya.



**Gambar 3.1 Diagram uji t
Kurva Distribusi Penerimaan dan Penolakan Uji t**

3.11.2 Uji F

Uji simultan F digunakan untuk mengetahui pengaruh dari seluruh variable independent (harga, kepercayaan, kualitas layanan) secara bersama-sama atau simultan terhadap variable dependent (loyalitas pelanggan). Pembuktian dilakukan dengan cara membandingkan nilai F Kritis (F_{tabel} dan F_{hitung}) yang terdapat pada table *analysis of variance*.

Untuk menentukan nilai F_{tabel} tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5% dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = (nk)$ dan $(k-1)$. Menentukan F_{hitung} dapat dilakukan dengan menggunakan formula sebagai berikut:

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

Keterangan:

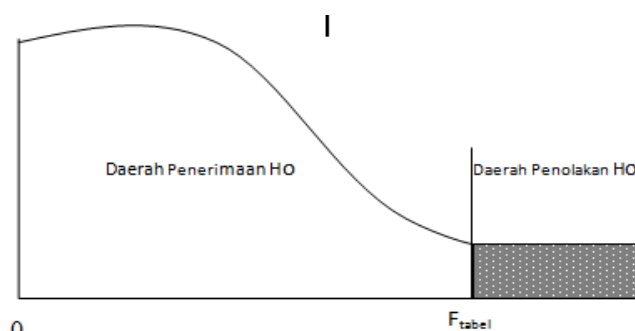
R^2 = koefisien determinasi

N = Jumlah data

K = Jumlah variable independent

Kriteria uji yang digunakan adalah:

1. Apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya secara statistik dapat dibuktikan bahwa variable independen (harga, kepercayaan, kualitas layanan) tidak berpengaruh terhadap variable dependent (loyalitas pelanggan).
2. Apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara statistik dapat dibuktikan bahwa variable independen (harga, kepercayaan, kualitas layanan) berpengaruh terhadap variable dependent (loyalitas pelanggan).
3. Kriteria pengujian sebagai berikut:



**Gambar 3.2 Diagram Uji F
Kurva Distribusi Penolakan (Penerimaan Hipotesis Secara Simultan)**

Kriteria Pengujian:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$ ditolak dan H_1 diterima artinya variabel harga, kepercayaan dan kualitas layanan secara bersamaan mempengaruhi variabel loyalitas pelanggan secara signifikan.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$ diterima dan H_1 ditolak artinya variabel harga, kepercayaan dan kualitas layanan secara bersamaan tidak mempengaruhi variabel loyalitas pelanggan secara signifikan.