

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian. Menurut Sugiyono (2017:8) Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Telkom Indonesia Witel Gresik Jl. Jaksa Agung Suprpto No. 68A, Telogobendung, Kec. Gresik, Kab. Gresik

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) 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. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang yang berlangganan Indihome di kabupaten Gresik.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Dalam pemilihan sampel terdapat teknik sampling untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditetapkan dengan menggunakan rumus dari Ferdinand (2014 : 94) :

$$\begin{aligned}n &= (25 \times \text{variabel independen}) \\ &= 25 \times 3 \text{ variabel independen} \\ &= 75 \text{ sampel}\end{aligned}$$

Sampel minimal yang dapat diambil sebesar 75 pelanggan Indihome. Namun, untuk mempermudah proses penelitian baik dalam penentuan tingkat validnya data maupun perhitungan analisisnya, maka peneliti menentukan sebesar 100 responden.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling. Non-probability Sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017:84).

Menurut Sugiyono (2017:85), purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan purposive sampling adalah karena tidak semua sampel memiliki

kriteria sesuai dengan yang telah penulis tentukan. Oleh karena itu, sampel yang dipilih sengaja ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh penulis untuk mendapatkan sampel yang representatif. Adapun kriteria yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan indihome di Kabupaten Gresik.

3.4 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional

1.4.1 Identifikasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini meliputi Variabel *Dependent* dan Variabel *Independent*. Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian, maka dapat ditentukan variabel dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel Bebas (*Independent*) merupakan variabel yang mempengaruhi ataupun yang menjadi sebab dari perubahan dan timbulnya variabel terikat (*Dependent*). Variabel yang digunakan dalam penelitian dalam penelitian ini adalah *Experiential Marketing* (X1), *Service Quality* (X2), *Trust* (X3).
2. Variabel Terikat (*Dependent*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Customer Loyalty* (Y).

1.4.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah petunjuk yang bagaimana suatu variabel itu bisa diukur, sehingga peneliti bisa mengetahui apa baik dan buruknya pengukuran tersebut, definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. *Experiential Value* / Nilai Pengalaman (X1)

Experiential Value (Nilai Pengalaman) merupakan pandangan dari seorang pelanggan terhadap produk atau jasa melalui pemakaian langsung atau observasi tidak langsung. Dengan indikator sebagai berikut :

- a. Rasa puas setelah menggunakan produk
- b. Keterampilan pelayanan
- c. Penyajian produk atau jasa yang menarik
- d. Ekspetasu pelanggan

2. *Service Quality* / Kualitas Pelayanan (X2)

Service quality / kualitas pelayanan merupakan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan yang dapat menjamin sebuah efisiensi dan keadilan juga harus memiliki kualitas yang baik. Dengan indikator sebagai berikut :

- a. Fasilitas fisik
- b. Perlengkapan dan peralatan yang digunakan
- c. Penampilan pegawai
- d. Ketepatan waktu pelayanan
- e. Informasi akurat
- f. Pelayanan cepat dan tepat
- g. Jaminan dari produk atau jasa
- h. Memahami kebutuhan pelanggan

3. *Trust* / Kepercayaan

Trust / kepercayaan merupakan kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dari tindakan pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya. Dengan indikator sebagai berikut :

- a. Kemampuan (*Ability*)
 - b. Kebaikan hati (*Benevolence*)
 - c. Integritas (*Integrity*)
4. *Customer Loyalty* / Loyalitas Pelanggan

Customer loyalty / loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk berlangganan kembali untuk melakukan pembelian ulang terhadap sebuah produk atau jasa. Dengan indikator sebagai berikut :

- a. Mengatakan hal positif (*Say positive thing*)
- b. Merekomendasikan kepada teman (*Recommend friend*)
- c. Membeli secara berkelanjutan (*Continue purchasing*)

3.5 Jenis dan Sumber Data

1.5.1 Jenis Data

Pada penelitian ini menggunakan data primer, data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dan dari jawaban responden dengan hasil kuesioner. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang disebarakan kepada sejumlah sampel responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi yang dalam penelitian ini yaitu Pelanggan IndiHome di kabupaten Gresik. (Sugiyono, 2017:142).

Data primer dikumpulkan langsung oleh peneliti sendiri dari jawaban-jawaban responden dengan mtenggunakan kuisisioner agar dapat memperoleh informasi dari variabel yang sedang digunakan yaitu *Experience Value*, *Service Quality* dan *Trust*.

1.5.2 Sumber Data

Data yang diperoleh dari hasil kuisioner jawaban dari para responden yang telah menerima kuisioner yang sudah dibagikan. Responden yang dimaksud disini ada pelanggan Indihome yang masih menggunakan layanan Indihome di Kabupaten Gresik.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Menurut sugiyono (2017 : 137) kuisioner Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan secara tertulis dengan menyebar angket dan disertai dengan alternatif jawaban yang akan diberikan kepada responden .

3.7 Pengukuran Variabel

Untuk melakukan pengukuran data dari setiap variabel maka dapat dilakukan pengukuran dengan alat bantu menggunakan skala likert. Skala alert merupakan alat bantu untuk mengukur pendapat, atau presepsi seseorang ataupun kelompok tentang fenomena sosial. Variabel penelitian dapat berbentuk segala macam sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono (2017 : 38). Dengan skala alert maka variabel yang akan diukur bisa dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur guna menyusun beberapa item instrument yang dapat berupa pernyataan maupun pertanyaan.

Untuk mengukur setuju atau tidaknya seseorang terhadap suatu obyek dengan skala alert, maka jenjangnya akan tersusun sebagai berikut :

- | | |
|------------------------------|-----------------|
| 1. Sangat Setuju (SS) | diberi skor = 5 |
| 2. Setuju (S) | diberi skor = 4 |
| 3. Ragu-ragu (RR) | diberi skor = 3 |
| 4. Tidak Setuju (TS) | diberi skor = 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju (STS) | diberi skor = 1 |

3.8 Uji Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017 : 2121) Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Jika peneliti membuat laporan yang tidak sesuai dengan apa yang terjadi pada obyek, maka data tersebut dapat dinyatakan tidak valid.

Dalam penelitian yang dilakukan Uji Validitas yang digunakan adalah dengan menggunakan alat bantu SPSS yang mana dapat membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlation*) dengan r tabel. Apabila nilai $r > r$ tabel dan nilai tersebut bernilai positif maka pertanyaan tersebut dapat dinyatakan valid. Sedangkan r tabel bisa didapat dari taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan derajat bebas atau *Degree of Freedom* (df).

1. Jika r hitung $>$ tabel, maka pertanyaan tersebut dapat dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $<$ tabel, maka pertanyaan tersebut dapat dinyatakan tidak valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas Data

Instrumen yang reliable merupakan instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, maka akan menghasilkan data yang sama pula. Untuk mengukur apakah alat ukur tersebut stabil, akurat dan juga konsisten. Dengan *Cornbach Alpha* konsistensi jawabannya bisa diuji. Dengan nilai 0,70 yang berarti bahwa instrument tersebut dapat dipergunakan sebagai pengumpul data-data yang sesuai hasil pengukuran relatif koefisien jika dilakukan pengukuran ulang.

1. Jika nilai alpha $> 0,70$ berarti pertanyaan tersebut dapat dikatakan reliable.
2. Jika nilai alpha $< 0,70$ berarti pertanyaan tersebut dapat dikatakan tidak reliable.

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan guna mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Model regresi dikatakan baik jika memiliki nilai residual yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sub diagonal grafik. Apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, sedangkan jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas ini biasanya dinyatakan normal apabila nilai signifikan lebih besar dari 0.05. Uji yang bisa digunakan untuk melihat normalitas adalah dengan menggunakan uji *Kongrov Smirnov*.

Dasar dalam pengambilan keputusan,

1. H_1 : Jika nilai signifikansi $> 0,05$ dari residual berdistribusi normal.
2. H_0 : Jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan residual tidak berdistribusi normal.

3.9.2 Uji Multikolinieritas

MenurutGhozali(2018:108) Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik semestinya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Cara mendeteksi ada tidaknya Multikolinieritas yaitu dengan cara memperhatikan angka *Variance Inflation Factor* (VIF) dan tolerance. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance kurang dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF lebih dari 0,10. Kriteria pengukurannya sebagai berikut :

1. Jika Tolerance $> 10\%$ dan VIF < 10 maka tidak terjadi Multikolinieritas.
2. Jika Tolerance $< 10\%$ dan VIF > 10 maka terjadi Multikolinieritas,

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

MenurutGhozali(2018:137) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Jika variance dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka model regresi tersebut termasuk homoskedastisitas. Sebaliknya, jika variance dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda, maka model regresi termasuk heteroskedastisitas.

3.10 Teknik Analisis Data

3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah analisis berganda. Ghozali (2018:95) Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis tentang antara hubungan dua variabel bebas atau lebih secara bersamaan dengan satu variabel tergantung. Penggunaan analisis regresi linier berganda karena pada penelitian ini memiliki 3 variabel bebas. Berikut ini adalah persamaan regresi linier berganda yang digunakan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = *Customer Loyalty*

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

e = Standart Error

X_1 = Variabel *Experience Value*

X_2 = Variabel *Service Quality*

X_3 = Variabel *Trust*

Hasil regresi yang diperoleh kemudian dilakukan pengujian untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang diperoleh mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, baik secara simultan atau parsial dan mengetahui pula seberapa besar pengaruhnya.

3.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Gozali (2018 :110) Uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila Nilai R^2 atau r^2 berada diantara 0 dan 1 yang berarti bila R^2 atau $r^2 = 1$, artinya menunjukkan variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat 100% dan pendekatan model yang digunakan adalah tepat. Apabila R^2 atau $r^2 = 0$, artinya menunjukkan bahwa variabel independen tidak menjelaskan variabel dependen.

Semakin tinggi dari nilai R^2 dan r^2 mendekati 1, maka semakin baik model yang akan digunakan. Pengaruh variabel bebas yaitu variabel *Experiential value*, *service quality*, *trust* terhadap variabel terikat yaitu *customer loyalty*.

3.12 Uji Hipotesis

3.12.1 Koefisien Parsial (Uji t)

Menurut Ghazali (2018:98) Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = 0$, berarti bahwa variabel *Experiential Value* tidak ada pengaruh terhadap *Customer Loyalty* Indihome di Kabupaten Gresik.

$H_1 : \beta \neq 0$, berarti bahwa variabel *Experiential Value* ada pengaruh terhadap *Customer Loyalty* Indihome di Kabupaten Gresik.

$H_0 : \beta_2 = 0$, berarti bahwa variabel *Service Quality* tidak ada pengaruh terhadap *Customer Loyalty* Indihome di Kabupaten Gresik.

$H_0 : \beta_2 \neq 0$, berarti bahwa variabel *Service Quality* ada pengaruh terhadap *Customer Loyalty* Indihome di Kabupaten Gresik.

$H_0 : \beta_3 = 0$, berarti bahwa variabel *Trust* tidak ada pengaruh terhadap *Customer Loyalty* Indihome di Kabupaten Gresik.

$H_0 : \beta_3 \neq 0$, berarti bahwa variabel *Trust* ada pengaruh terhadap *Customer Loyalty* Indihome di Kabupaten Gresik.

Dalam penelitian ini uji yang dilakukan yaitu uji t dengan tingkat keyakinan 95% menggunakan nilai probabilitas signifikansi sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan $t < 0,05$ maka H_1 diterima H_0 ditolak. hal ini artinya bahwa variabel *Experiental Value* (X_1), *Service Quality* (X_2) dan *Trust* (X_3) berpengaruh terhadap variabel *Customer Loyalty* (Y) Indihome di Kabupaten Gresik.

Jika nilai signifikan $t > 0,05$ maka H_1 ditolak H_0 diterima. hal ini artinya bahwa variabel *Experiental Value* (X_1), *Service Quality* (X_2) dan *Trust* (X_3) tidak berpengaruh terhadap variabel *Customer Loyalty* (Y) Indihome di Kabupaten Gresik.