

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan inferensial. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut Sugiyono (2013;13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Permana Sidat Indonesia yang berlokasi di Dusun Pondok Ds. Pandanpancur, Kec. Deket Lamongan. Subyek yang diteliti adalah pelanggan PT. Permana Sidat Indonesia. Peneliti menetapkan subyek tersebut dalam penelitian ini karena peneliti ingin meneliti faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Metode yang digunakan adalah metode survey dengan menyebarkan kuesioner pada responden sebagai instrumen penelitiannya.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013: 389) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sesuai dengan pendapat tersebut maka yang dijadikan populasi oleh peneliti adalah kelompok tani yang menjadi pelanggan PT. Permana Sidat Indonesia di kabupaten Lamongan sejumlah 30 responden.

3.3.2 Sampel

Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2012:96). Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Pada penelitian ini, jenis data yang dipakai oleh peneliti adalah :

Menurut Sugiyono (2013;137) Data primer adalah data yang di peroleh secara langsung dikumpulkan oleh peneliti dari lapangan atau obyek penelitian sesuai dengan varibel yang di teliti kemudian di olah. Data yang di peroleh dalam

penelitian ini adalah jawaban responden atas pernyataan yang diajukan kepada responden.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari bagian Pemasaran PT. Permana Sidat Indonesia di Kabupaten Lamongan.

3.5 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dengan menggunakan metode sebagai berikut :

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya Sugiyono (2013;80). Koesioner dalam penelitian ini dibuat dalam bentuk pilihan ganda yang berkaitan dengan variabel variabel yang diteliti berdasarkan indikator variabel (X_1) *Costumer Relationship Management*, (X_2) Kepercayaan, (X_3) Kepuasan dan (Y) Loyalitas Pelanggan dan didistribusikan kepada pelanggan PT. Permana Sidat Indonesia di Kabupaten Lamongan.

3.6 Identifikasi dan Definisi Oprasional Variabel

3.6.1 Identifikasi Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan dengan memahami fenomena yang diteliti maka variabel yang ada didalam penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas atau (*Independent Variable*) dengan simbol (X_1) *Costumer*

Relationship Management, (X_2) Kepercayaan, (X_3) Kepuasan.

2. Variabel terikat atau (*Dependent Variable*) dengan simbol Y adalah Loyalitas Pelanggan.

3.6.2 Definisi Oprasional Variabel

Definisi Operasional adalah definisi yang bersifat memberikan arti kepada suatu variabel dengan menetapkan kegiatan-kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur variabel tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Nazir (2005) bahwa definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberi arti, atau menspesifikasi kegiatan ataupun memberikan operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tertentu.

Definisi operasional ini akan memberikan batasan atau ciri suatu variabel dengan merinci hal-hal yang harus dikerjakan oleh peneliti untuk mengukur variabel tersebut.

Berikut ini tabel 3.1 Definisi Oprasional mengenai penelitian ini:

Variabel	Definisi	Indikator
<i>Costumer Relationship Management</i> (X_1)	<i>Costumer Relationship Management</i> adalah salah satu faktor penting dari kekuatan hubungan pemasaran, serta berguna untuk mengetahui tingkat loyalitas pelanggan dan memprediksi frekuensi pembelian di masa depan.	a. menyesuaikan diri dengan kebutuhan pelanggan b. menawarkan layanan secara personal untuk memenuhi kebutuhan pelanggan c. sangat fleksibel saat layanan mereka mengalami perubahan. d. fleksibel dalam melayani kebutuhan pelanggan. (Nduiisi,2007)

Kepercayaan (X2)	Kepercayaan merupakan suatu sikap yakin yang dimiliki oleh pelanggan terhadap produk dan pelayanan yang ditawarkan melalui tindakan nyata yang dilakukan oleh PT. Permana Sidat Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> a. Janji yang diberikan dapat diandalkan. b. konsisten dalam memberikan layanan yang berkualitas c. memenuhi kewajibannya terhadap pelanggan d. Pelanggan percaya terhadap layanan yang diberikan. (Nduiisi,2007)
Kepuasan (X3)	kepuasan merupakan hasil yang dirasakan pelanggan saat menggunakan atau mengkonsumsi produk dan dapat menggambarkan perbedaan antara harapan dan kualitas yang dirasakan.	<ul style="list-style-type: none"> a. Pelanggan puas terhadap fasilitas dan kelengkapan peralatan. b. Pelanggan puas terhadap kehandalan dalam menangani masalah yang dikeluhkan pelanggan. c. Pelanggan puas terhadap kelengkapan informasi yang diberikan. d. Pelanggan puas terhadap keseluruhan pelayanan (Nduiisi,2007)
Loyalitas (Y)	Loyalitas merupakan pembelian ulang yang dilakukan oleh seorang pelanggan karena komitmen pada suatu merk atau perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> a. Melakukan pembelian ulang produk dan layanan secara terus menerus b. Melakukan transaksi selain perawatan budidaya c. Tidak tertarik untuk beralih ke perusahaan yang lain d. Tetap setia menjadi pelanggan tersebut. (Nduiisi,2007)

3.7 Teknik Pengukuran Data

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan metode angket (koesioner) dan skala likert, yang mana responden diminta untuk memberikan jawaban pada alternatif jawaban yang ada. Skala likert digunakan untuk

mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial Sugiyono (2013;92). Koesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal hal yang diketahui Arikunto (2010;194).

Koesioner yang digunakan dalam hal ini adalah koesioner tertutup, yakni koesioner yang sudah disediakan jawabanya sehingga responden tinggal memilih dan dijawab secara langsung oleh responden. Selain itu item pertanyaan yang diajukan dan disediakan pula alternatif jawaban. Data angket berupa data kualitatif maka perlu diubah menjadi data kuantitatif dengan menggunakan simbol berupa angka.

Dengan menggunakan rentang skala 1 sampai 5, dimana semakin tinggi nilai skor yang diberikan maka akan semakin baik nilai indikator tersebut.

Adapun perincian penilaian tersebut adalah :

1. Jawaban SS (sangat setuju) dengan skor nilai 5
2. Jawaban S (setuju) dengan skor nilai 4
3. Jawaban RR (ragu ragu) dengan skor nilai 3
4. Jawaban TS (tidak setuju) dengan skor nilai 2
5. Jawaban STS (sangat tidak setuju) dengan skor nilai 1

Makin sesuai antara jawaban yang diberikan responden dengan jawaban yang diharapkan, maka semakin tinggi skor atau bobot yang diperoleh. Jawaban setiap item instrumen tersebut menggunakan skala Likert dalam bentuk pilihan ganda.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Instrumen Penelitian

3.8.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Menurut Sugiono (2010) untuk menguji validitas konstruk dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Cara pengukuran validitas angket kompetensi menggunakan teknik korelasi dengan r pearson atau koefisien korelasi product moment pearson dengan taraf signifikan 5%. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas butir angket adalah jika r dihitung $> r$ tabel maka butir atau variabel tersebut valid. Sebaliknya jika r dihitung $< r$ tabel maka butir atau tersebut tidak valid.

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Suharsimi Arikunto (2006;154) menyatakan “Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik”.

Reliabilitas berkenaan dengan tingkat keajegan atau ketetapan hasil pengukuran (Nana Syaodih Sukmadinata, 2009). Kuesioner dikatakan reliabel jika dapat memberikan hasil relatif sama (*ajeg*) pada saat dilakukan pengukuran kembali pada obyek yang berlainan pada waktu yang berbeda atau memberikan hasil yang tetap.

Suatu koefisien dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji *statistic cronbach alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika *statistic cronbach alpha* (α) $>0,70$ (Ghazali,2005;41).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan regresi linier berganda sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel variabel yang diteliti. Pengujian asumsi klasik yang digunakan yaitu :

3.8.2.1 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 bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Sering terjadi kesalahan yang jamak yaitu bahwa uji normalitas dilakukan pada masing-masing variabel. Hal ini tidak dilarang tetapi model regresi memerlukan normalitas pada nilai residualnya bukan pada masing-masing variabel penelitian.

Pengertian normal secara sederhana dapat dianalogikan dengan sebuah kelas. Dalam kelas siswa yang bodoh sekali dan pandai sekali jumlahnya hanya sedikit dan sebagian besar berada pada kategori sedang atau rata-rata. Jika kelas tersebut bodoh semua maka tidak normal, atau sekolah luar biasa. Dan sebaliknya

jika suatu kelas banyak yang pandai maka kelas tersebut tidak normal atau merupakan kelas unggulan. Pengamatan data yang normal akan memberikan nilai ekstrim rendah dan ekstrim tinggi yang sedikit dan kebanyakan mengumpul di tengah. Demikian juga nilai rata-rata, modus dan median relatif dekat.

Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji *Kolmogorov Smirnov*. Tidak ada metode yang paling baik atau paling tepat. Tipsnya adalah bahwa pengujian dengan metode grafik sering menimbulkan perbedaan persepsi di antara beberapa pengamat, sehingga penggunaan uji normalitas dengan uji statistik bebas dari keragu-raguan, meskipun tidak ada jaminan bahwa pengujian dengan uji statistik lebih baik dari pada pengujian dengan metode grafik.

Jika residual tidak normal tetapi dekat dengan nilai kritis (misalnya signifikansi Kolmogorov Smirnov sebesar 0,049) maka dapat dicoba dengan metode lain yang mungkin memberikan justifikasi normal. Tetapi jika jauh dari nilai normal, maka dapat dilakukan beberapa langkah yaitu: melakukan transformasi data, melakukan trimming data outliers atau menambah data observasi.

3.8.2.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas 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. Sebagai ilustrasi, adalah model regresi dengan variabel bebasnya motivasi, kepemimpinan dan

kepuasan kerja dengan variabel terikatnya adalah kinerja. Logika sederhananya adalah bahwa model tersebut untuk mencari pengaruh antara *CRM*, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan. Jadi tidak boleh ada korelasi yang tinggi antara *CRM* dengan Kepercayaan, Kepercayaan dengan kepuasan atau antara *CRM* dengan kepuasan.

Alat statistik yang sering dipergunakan untuk menguji gangguan multikolinieritas adalah dengan *variance inflation factor* (VIF), korelasi pearson antara variabel-variabel bebas, atau dengan melihat *eigenvalues* dan *condition index* (CI). Setiap Uji statistic pasti mempunyai dasar pengambilan keputusan yang berguna untuk menentukan sebuah kesimpulan. Dasar pengambilan keputusan Uji Multikolinieritas yakni ada macam :

Jika melihat dari nilai *Tolerance* :

1. Jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 maka tidak terjadi Multikolinieritas.
2. Jika nilai *Tolerance* lebih kecil dari 0,10 maka terjadi Multikolinieritas.

Jika melihat dari nilai *VIF* :

1. Jika nilai *VIF* lebih kecil dari 10,00 maka tidak terjadi Multikolinieritas.
2. Jika nilai *VIF* lebih besar dari 10,00 maka terjadi Multikolinieritas.

3.8.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut

homoskedastisitas.

Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. Uji statistik yang dapat digunakan adalah uji Glejser.

Setiap Uji statistic pasti mempunyai dasar pengambilan keputusan yang berguna untuk menentukan sebuah kesimpulan. Dasar pengambilan keputusan Uji Heteroskedastis yakni :

1. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Maka kesimpulannya adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka kesimpulannya adalah terjadi Heteroskedastisitas.

3.9 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dimaksud untuk menganalisis pengaruh dari variabel (X_1) *Costumer Relationship Management*, (X_2) Kepercayaan, (X_3) Kepuasan terhadap (Y) Loyalitas Pelanggan dengan persamaan sebagai berikut :

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

Keterangan :

- Y = Variabel Terikat (Loyalitas Pelanggan)
- a = Konstanta
- b_1 = Koefisien Variabel *Costumer Relationship Management*
- b_2 = Koefisien Variabel Kepercayaan
- b_3 = Koefisien Variabel Kepuasan

- X_1 = *Costumer Relationship Management*
 X_2 = Kepercayaan
 X_3 = Kepuasan
e = Nilai Residu

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji t

Menurut Ghozali (2012: 98) Uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variable dependen

3.10.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013:97), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi

variabel dependen. Kelemahan mendasar dalam penggunaan koefisien determinasi adalah jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel independen. Oleh karena itu, banyak peneliti yang menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Tidak seperti nilai R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.