

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Jenis penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik (Sugiyono, 2011,p.2).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *asosiatif* yaitu bentuk penelitian dengan menggunakan minimal dua variabel yang dihubungkan. Metode *asosiatif* merupakan suatu penelitian yang mencari hubungan sebab akibat antara satu *variabel independen* (variabel bebas) yaitu kepercayaan (X1), kepuasan (X2), kemudahan (X3) dan pengalaman (X4) dengan *variabel dependen* (variabel terikat) yaitu loyalitas pelanggan (Y).

#### 3.2 Sumber Data

Data penelitian merupakan faktor penting yang akan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Data merupakan sumber atau bahan yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian secara

khusus. Jenis data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada responden.

## 2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari objek penelitian dan data-data jurnal, surat kabar internet atau melalui dokumentasi bertujuan untuk mengetahui konsep konsep yang berkaitan dan mendukung penelitian.

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Studi Kepustakaan (*library research*) dalam penelitian ini menggunakan Jurnal – Jurnal penelitian terdahulu serta buku – buku yang berhubungan dengan kepuasa, kepercayaan, kemudahan dan pengalaman serta loyalitas pelanggan.
2. Studi Lapangan (*field reasearch*) dalam penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuisisioner penelitian. Kuesioner yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini menggunakan penilaian berdasarkan skala ordinal. Adapun bobot penilaiannya adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Instrumen Skala Interval**

| Skala                     | Skor                         |
|---------------------------|------------------------------|
| Sangat Setuju (SS)        | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7,8, 9, 10 |
| Setuju (S)                | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7,8, 9, 10 |
| Kurang Setuju (KS)        | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7,8, 9, 10 |
| Tidak Setuju (TS)         | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7,8, 9, 10 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7,8, 9, 10 |

Sumber: sugiyono, (2013, p.133)

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono, (2011,p.80). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan Smartphone Oppo di Bandar Lampung.

#### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011,p.81). Teknik yang digunakan dalam sampel ini adalah teknik *purposive sampling*, tehnik untuk menentukan sampel dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya lebih representatif (Sugiyono.2011,p.81), dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Konsumen yang menggunakan Smartphne Oppo di Bandar Lampung.
- b. Usia < 17 tahun
- c. Mempunyai lebih dari satu smartphone
- d. Mempunyai smartphone dalam waktu cukup lama

Jumlah sampel dapat ditentukan dengan rumus estimasi proporsi. Jika jumlah populasi belum diketahui karena konsumen yang menggunakan Oppo di Bandar Lampung tidak sedikit maka populasi dalam penelitian ini belum dapat menyebutkan jumlahnya, perlu diestimasi proporsi sampel dapat dihitung dengan rumus :

$$n = \frac{1}{4} \left[ \frac{z\alpha/2}{E} \right]^2$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel dari jumlah populasi yang ingin diperoleh

z = Angka yang menunjukkan penyimpangan nilai varians dari mean

E = Kesalahan maksimal yang mungkin dialami

A = Tingkat kesalahan data yang dapat ditoleransi oleh peneliti

Bila tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha=5\%$ ) artinya peneliti meyakini kesalahan duga sampel hanya sebesar 5% serta batas eror sebesar 10% yang berarti peneliti hanya mentolelir kesalahan responden dalam proses pencarian data tidak boleh melebihi jumlah 10% dari keseluruhan responden maka besarnya sampel adalah :

Maka:

$$n = \frac{1}{4} \left[ \frac{z_{0,05/2}}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} \left[ \frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} [384,16] = 96 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sejumlah 96 sampel.

### 3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Sugiyono (2011, p.71).

#### 3.5.1 Variabel Independen

Variabel (X) atau Independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah kepercayaan (X1), kepuasan (X2), kemudahan (X3) dan pengalaman (X4).

### 3.5.2 Variabel dependen

Variabel (Y) dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, dalam penelitian ini terhadap Loyalitas pelanggan.

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian / objek yang diteliti. Secara operasional masing-masing variable dapat di ukur melalui indikator-indikator sebagai berikut

**Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel**

| Variabel         | Konsep variable   | Konsep oprasional  | Indikator  | Skala ukur |
|------------------|---|--|--|------------|
| Kepercayaan (X1) | Ishak dan Zhafitri (2011) dalam Fian (2016) menyatakan kepercayaan adalah kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah dipercaya.  | Perasaan yang ada didalam diri pelnggan untuk bergantung kepada pihak yang lain.                           | a. Persepsi integritas<br>b. Persepsi kebaikan<br>c. Persepsi kompetensi         | Interval   |
| Kepuasan (X2)    | Kotler (2003:36) dalam Rahayu (2015) mengemukakan pengertian kepuasan konsumen sebagai perasaan seseorang yang merupakan akibat dari perbandingan performance produk yang diterima dengan yang diharapkannya. | Hal yang dirasakan oleh pelanggan Oppo terhadap kesesuaian produk yang diterima dengan yang diharapkannya. | a. Konfirmasi Harapan<br>b. Minat beli ulang<br>c. Kepuasan konsumen keseluruhan | Interval   |

|                            |  |   |  |          |
|----------------------------|--|---|--|----------|
| Kemudahan<br>(X3)          | Menurut Irawan (2009:39) dalam Prabaningtyas (2014) kemudahan adalah apabila reatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.   | Pelanggan Oppo mendapatkan produk dengan aman dan nyaman.                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. kemudahan dalam pelayanan</li> <li>b. kemudahan dalam memperoleh informasi</li> <li>c. kemudahan fitur produk.</li> <li>d. Kemudahan membeli produk</li> </ul> | Interval |
| Pengalaman<br>(X4)         | Menurut Smilansky (2009:13) dalam Zati & Iqbal (2017), pengalaman adalah proses mengidentifikasi dan memuaskan kebutuhan pelanggan dan aspirasi yang menguntungkan, melibatkan pelanggan melalui komunikasi dua arah yang membawa kepribadian merek untuk hidup dan menambah nilai target pada konsumen. | Tindakan yang dilakukan pelanggan Oppo dalam mengidentifikasi yang telah terjadi.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Panca Indera</li> <li>b. Perasaan</li> <li>c. Berpikir</li> <li>d. Tindakan</li> </ul>   | Interval |
| Loyalitas Pelanggan<br>(Y) | Menurut Griffin dalam Fian dan Yuniati (2016) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek took, atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin di dalam pembelian ulang yang konsisten.  | Sikap yang ditunjukkan oleh pelanggan Oppo untuk tetap konsisten menggunakan Oppo . | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pembelian berulang</li> <li>b. Kesetian merek</li> <li>c. Merekomendasi kan kepada orang lain</li> </ul>   | Interval |

### 3.7 Uji persyaratan instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Pengertian validitas instrument menurut ahli adalah merupakan arti seberapa besar ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Dalam pengujian validitas, instrument diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau  $\alpha = 0,05$ . Instrument dikatakan valid mempunyai nilai signifikansi korelasi  $\geq$  dari 95% atau  $\alpha = 0,05$ . Uji validitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *korelasi produk moment* dengan kriteria sebagai berikut:

Prosedur pengujian :

1.  $H_0$  : data valid  
 $H_a$  : data tidak valid
2.  $H_0$  : apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrument valid  
 $H_a$  : apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrument tidak valid
3. Pengujian validitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*).
4. Penjelsan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan probabilitas (sig) dengan  $r_{tabel}$  maka dapat di simpulkan instrument tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

#### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Realibilitas adalah sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, maksudnya apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok yang sama diperoleh hasil yang relatif sama. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan tehnik *Formula Alpha Cronbach* dan dengan menggunakan program SPSS 21.0.

**Tabel 3.3**  
**Interprestasi Nilai R**

| Nilai Korelasi  | Keterangan    |
|-----------------|---------------|
| 0,8000 – 1.0000 | Sangat Tinggi |
| 0,6000 – 0,7999 | Tinggi        |
| 0,4000 – 0,5999 | Sedang        |
| 0,2000 – 0,3999 | Rendah        |
| 0,0000 – 0,1999 | Sangat Rendah |

Sumber: Sugiyono (2011, p.183).

Prosedur pengujian :

1.  $H_0$  : data reliable  
 $H_a$  : data tidak reliable
2. Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrument reliable  
 Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrument tidak reliable
3. Pengujian Realibilitas instrument dilakukan melalui program SPSS  
*(Statistical Program and Service Solution seri 21.0)*
4. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan probabilitas (sig) dengan  $r_{tabel}$  maka dapat di simpulkan instrument tersebut dinyatakan reliable atau sebaliknya.

### 3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas sampel untuk menguji apakah kita menggunakan data n sampel yang diambil dari sejumlah populasi terlebih dahulu perlu diuji kenormalitasan sampel tersebut dengan tujuan apakah jumlah sampel tersebut sudah representatif atau belum sehingga kesimpulan penelitian yang

diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari sampel yang berasal dari populasi berdistribusi normal atau sebaliknya. Uji normalitas sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan uji *Non parametric one sample Kolmogorov Smirnov (KS)*.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1.  $H_0$  : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.  
 $H_a$  : Data dari populasi yang berdistribusi tidak normal.
2. Apabila  $(Sig) > 0,05$  maka  $H_0$  diterima (Normal).  
 Apabila  $(Sig) < 0,05$  maka  $H_a$  ditolak (Tidak Normal).
3. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*).
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas  $(sig) > 0,05$  atau sebaliknya maka variabel X homogen atau tidak homogen..

### 3.8.2 Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistik parametrik khususnya dalam analisis korelasi atau regresi linear yang termasuk dalam hipotesis asosiatif. jadi bagi peneliti yang mengerjakan penelitian yang berjudul "Korelasi antara", "Hubungan antara", atau "Pengaruh antara", uji linieritas ini harus kita lalui terlebih dahulu sebagai prasyarat uji hipotesis yang kita munculkan. Pengujian dapat dilakukan pada program SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Deviation from Linearity*) lebih dari 0,05.

Prosedur pengujian:

1. Ho: model regresi berbentuk linier  
Ha: model regresi tidak berbentuk linier
2. Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka Ho ditolak  
Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka Ho diterima
3. Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel X linier atau tidak linier.

### 3.8.3 Uji Multikolinieritas

Uji ini tidak boleh terdapat multikolinieritas diantara variabel penjelas pada model tersebut yang di indikasikan oleh hubungan sempurna atau hubungan yang tinggi diantara beberapa atau keseluruhan variabel penjelas. Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat juga diketahui dengan menggunakan nilai VIF (*variance inflation factor*). Jika nilai VIF lebih dari 10 maka ada gejala multikolinieritas, sedangkan unsur  $(1 - R^2)$  di sebut *collinierty tolerance*, artinya jika nilai *collinierty tolerance* dibawah 0,1 maka ada gejala multikolinieritas.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai VIF  $\geq 10$  maka ada gejala multikolinieritas  
Jika nilai VIF  $\leq 10$  maka tidak ada gejala multikolinieritas
2. Jika nilai tolerance < 0,1 maka ada gejala multikolinieritas  
Jika nilai tolerance > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinieritas
3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*).
4. Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) > 0,1 maka variabel X multikolinieritas atau tidak multikolinieritas.

### 3.9 Uji Asumsi Klasik

#### 3.9.1 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi.

Hipotesis yang akan diuji adalah :

1.  $H_0$  : tidak ada autokorelasi  
 $H_a$  : ada autokorelasi
2. Jika  $0 < d_w < d_L$  maka tidak ada autokorelasi positif  
 Jika  $d_L < d_w < d_U$  maka tidak ada autokorelasi positif  
 Jika  $4 - d_L < d_w < 4$  maka tidak ada autokorelasi negatif  
 Jika  $4 - d_U < d_w < 4 - d_L$  maka tidak ada autokorelasi negatif  
 Jika  $d_U < d_w < 4 - d_U$  maka tidak ada autokorelasi, positif dan negatif
3. Pengujian autokorelasi dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 17.0*)

### 3.10 Metode Analisis Data

*Sugiyono (2011, p.142)* menyatakan bahwa: Metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variable dan respon, mentabulasi data berdasarkan variable dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

#### 3.10.1 Regresi Linier Berganda

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu kepercayaan (X1), kepuasan (X2), kemudahan (X3) dan pengalaman (X4) serta loyalitas pelanggan (Y) yang mempengaruhi variabel

lainnya maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 21.0.

Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Keterangan :

$Y$  = Variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan

$a$  = Konstanta

$b_1-b_4$  = Koefisien regresi variabel bebas

$X_1$  = Kepercayaan

$X_2$  = Kepuasan

$X_3$  = Kemudahan

$X_4$  = Pengalaman

$e$  = Standar error

### 3.11 Pengujian Hipotesis

#### 3.11.1 Uji t :

##### 1. Pengaruh Kepercayaan ( $X_1$ ) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

$H_0$  = Kepercayaan ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo di Bandar Lampung.

$H_a$  = Kepercayaan ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak
- b. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

## 2. Pengaruh Kepuasan ( $X_2$ ) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

$H_0$  = Kepuasan ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo Bandar Lampung..

$H_a$  = Kepuasan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak
- b. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

## 3. Pengaruh Kemudahan ( $X_2$ ) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

$H_0$  = Kemudahan ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo Bandar Lampung..

$H_a$  = Kemudahan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak
- b. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

## 4. Pengaruh Pengalaman ( $X_2$ ) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

$H_0$  = Pengalaman ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo Bandar Lampung..

$H_a$  = Pengalaman ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak
- b. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

### 3.11.2 Uji F

#### Uji F : Pengaruh Kepercayaan (X<sub>1</sub>), Kepuasan (X<sub>2</sub>), Kemudahan (X<sub>3</sub>) dan Pengalaman (X<sub>4</sub>) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Ho = Kepercayaan (X<sub>1</sub>), kepuasan (X<sub>2</sub>), kemudahan (X<sub>3</sub>) dan pengalaman (X<sub>4</sub>) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo di Bandar Lampung.

Ha = Kepercayaan (X<sub>1</sub>) , kepuasan (X<sub>2</sub>), kemudahan (X<sub>3</sub>) dan pengalaman (X<sub>4</sub>) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut:
  - a. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka Ho ditolak dan Ha diterima
  - b. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka Ho diterima dan Ho ditolak
2. Menentukan nilai titik kritis untuk F Tabel pada db<sub>1</sub>=k dan db<sub>2</sub> =n-k-1
3. Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis.