

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2016) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif, dimana metode asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara satu variabel independen (bebas) yaitu Citra Merek (X1) dan Penanganan Keluhan (X2) dengan variabel dependen (terikat) yaitu Loyalitas Pelanggan (Y).

3.2 Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2016) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Penelitian dalam hal ini data yang diperoleh berupa hasil jawaban pada kuisioner penelitian yang diberikan pada karyawan. Penelitian primer membutuhkan data atau informasi dari sumber pertama, biasanya kita sebut dengan responden. Data atau informasi diperoleh melalui pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuesioner. Jenis data yang digunakan adalah suau data dari hasil yang diberikan kepada responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2009) metode pengumpulan data yaitu pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Dalam penelitian ini, metode yang dipergunakan ialah metode survey

melalui angket, ialah penelitian yang menggunakan metode pengumpulan data dengan cara membagikan kuesioner kepada responden yang memuat daftar pertanyaan tentang permasalahan yang sedang diteliti dan meminta kesediaan responden untuk menjawab daftar pertanyaan tersebut.

Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung kelapangan penelitian untuk memperoleh data-data berkaitan dengan kebutuhan penelitian, data tersebut diperoleh dengan cara :

- a. Dokumentasi, yaitu dengan membaca buku atau literature atau karya ilmiah lainnya dan sumber data lain.
- b. Kuisisioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab menurut Sugiyono (2016).

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data, pengumpulan data berdasarkan komunikasi langsung antara peneliti dengan responden. Sehubungan dengan adanya pandemik Covid-19 survey yang akan dilakukan sesuai dengan protocol kesehatan yaitu dengan survey secara online kepada konsumen.

Penelitian ini menggunakan skala likert (1,2,3,4,5), kuesioner yang digunakan adalah kuesioner pilihan dimana setiap item pernyataan disediakan 5 jawaban.

Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu:

SS	= Sangat Setuju	Skor 5
S	= Setuju	Skor 4
KS	= Kurang Setuju	Skor 3
TS	= Tidak Setuju	Skor 2

STS = Sangat Tidak Setuju Skor 1

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2016), merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas, objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Bandar Lampung yang menjadi pelanggan Air Minum *Reverse Osmosis* Lambindong Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dengan meneliti sebagian dari populasi, penelitian ini mengharapkan bahwa hasil yang di peroleh menggambarkan sifat dari populasi yang di teliti. Suatu pengambilan sampel yang di pakai dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode *non probability sampling*.

Menurut sugiyono (2016) metode *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Kemudian teknik yang yang di gunakan yaitu *purpose sampling* artinya teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan kriteria-kriteria tertentu.

Tabel 3.1

Tabel Kriteria Pengambilan Sampel

No	Kriteria Pengambilan Sampel
1	Usia 17-45 tahun
2	Berdomisili di Bandar Lampung
3	Pernah Membeli Air Minum Reverse Osmosis Lambindong lebih dari satu kali

Hair et. al (2010), menyatakan bahwa jumlah sampel penelitian yang tidak di ketahui jumlah pupulasi pastinya, dapat menggunakan ukuran sampel dengan mengkali 5-10 pada variabel yang akan di analisa atau tiap indikator. Maka peneliti menggunkan ukuran sampel dengan mengkali 5 pada variabel yang akan dianalisa atau indikator, dikarenakan semakin banyak jumlah sampel yang akan diteliti maka sampel tersebut dapat menggambarkan jika sampel jumlah populasi. Maka di peroleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut: Jumlah Sampel = 10×10

$$= 100 \text{ sampel}$$

Berdasarkan hasil uraian yang telah dipaparkan diatas, maka jumlah responden yang di tetapkan dalam penelitian ini yaitu 100 orang responden.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016).

a. Variabel bebas / independen

Variabel bebas atau independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono 2013). Dalam penelitian ini adalah Citra Merek (X1) Penanganan Keluhan (X2)

b. Variabel terikat / dependen

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. (Sugiyono 2016). Dalam penelitian ini variabel terikat adalah Loyalitas Pelanggan (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan makna variabel yang sedang di teliti. Menurut Riduwan dan Kuncoro (2010) memberikan pengertian tentang definisi operasional adalah unsur peneliti yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel, dengan kata lain, definisi operaasional adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variabel:

Tabel 3.2

Definisi Konsep dan Operasional Variabel

Variabel	Definisi konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Citra Merek (X1)	.Menurut pendapat Aaker (2014) Citra merek adalah: “Citra merek adalah bagaimana konsumen dan yang lainnya memahami atau menerima suatu merek”. Maksudnya yaitu citra merek merupakan persepsi yang ada di benak konsumen dan yang lainnya terhadap suatu merek.	Citra merek merupakan petunjuk yang digunakan oleh konsumen untuk mengevaluasi produk konsumen yang memiliki pengetahuan yang cukup tentang suatu produk”. Terdapat kecenderungan bahwa konsumen akan memilih produk yang telah dikenal baik melalui pengalaman menggunakan produk maupun berdasarkan informasi yang diperoleh melalui berbagai sumber.	Menurut Silva dan (2006) menyebutkan indikator merek lain: 1. <i>The Level of physical</i> 1. <i>The level of the Functional implicati on</i> 2. <i>The psychoso cial implicati on</i>	Da Alwi al Interv

<p>Penanganan Keluhan (X2)</p>	<p>Menurut Tjiptono (2005) Setiap organisasi yang berorientasi pada nasabah perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para nasabahnya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka</p>	<p>Ketika pelanggan mendapatkan masalah atau bahkan sedikit kecewa, maka perusahaan-perusahaan besar dengan menunjukkan jati dirinya. Pemulihan pelayanan juga bisa ditangani dengan sangat baik ketika dipandang sebagai satu kesempatan bukan sebagai suatu pilihan sulit. Keluhan pelanggan merupakan kesempatan untuk memperkuat hubungan.</p>	<p>Menurut Surjendari Susetiana dalam Seffy dkk (2009) sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Empati 2. Kecepatan 3. Kewajaran 4. Kemudahan 	<p>Interv al</p>
<p>Loyalitas Merek (Y)</p>	<p>Menurut Suyuthi (2012), loyalitas nasabah adalah wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan</p>	<p>loyalitas lebih ditunjukkan pada suatu perilaku, yang ditunjukkan dengan pembelian rutin dan didasarkan pada unit pengambilan keputusan</p>	<p>Menurut Griffin (2009) indikator loyalitas pelanggan:</p> <p>Melakukan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian ulang, 2. Mereko 	<p>Interv al</p>

untuk	mendasi
melakukan	kan
pembelian	kepada
secara terus-	orang
menerus	lain,
terhadap	3. Menunju
barang atau	kan
jasa suatu	kekebala
perusahaan	n
yang dipilih.	terhadap
	tarikan
	pesaing

Sumber : Data diolah 2021

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

Menurut Sugiyono (2016) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Karena pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut bisa mengukur apa yang hendak di ukur (Sugiono 2016) validitas adalah alat ukur yang digunakan dalam pengukuran, instrumen dinyatakan valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk mengukur tingkat validitas dalam penelitian ini digunakan rumus

korelasi produk moment, di olah menggunakan program SPSS 20 dengan kriteria sebagai berikut :

Kriteria pengujian :

- a. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid

Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid

- b. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

3.7.2 Uji Reabilitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana mengukur dan memberikan hasil relatif konsisten bila dilakukan pengukuran ulang pada subyek yang sama, fungsi dari uji reabilitas adalah mengetahui sejauh mana keadaan alat ukur atau kuisioner (angket) tersebut. Alat ukur dikatakan realibel apabila jawabannya konsisten dari waktu ke waktu. Uji reabilitas menggunakan rumus Alpha. Uji reliabilitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah cronbach alpha dengan menggunakan bantuan program SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 20.0)

Prosedur pengujian:

1. H_a : data reliable

H_o : data tidak realible

2. Bila probabilitas (sig) < korelasi maka instrumen reliable

Bila probabilitas (sig) > korelasi maka instrumen tdak reliable

3. Pengujian Reliabilitas instrument dilakukan melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 20.0)

4. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan perbandingan probabilitas (sig) dengan r tabel maka dapat di simpulkan instrument tersebut dinyatakan reliable atau sebaliknya.

Tabel 3.3

Interpretasi nilai r Indeks Korelasi

Interval koefisien r	Interpretasi
0,800 – 1,00	Sangat Tinggi
0,600 – 0,800	Tinggi
0,400 – 0,600	Cukup
0,200 – 0,400	Rendah
0,000 – 0,200	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2016).

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang telah diperoleh dari sampel berasal dari populasi berdistribusi normal atau malah sebaliknya. Dalam penelitian ini uji normalitas sampel menggunakan uji *Non Parametric One Sample Kolmogorov Smirnov (KS)*.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

Ha : Data berasal dari populasi yang berdistribusi normal

Ho : Data dari populasi yang berdistribusi tidak normal

Apabila nilai (Sig) > 0,05 maka Ha diterima (Normal)

Apabila nilai (Sig) < 0,05 maka Ha ditolak (Tidak Normal)

Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri*) 20.0

Berdasarkan penjelasan dari nomor 1 dan 2, yaitu dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (Sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel normal atau tidak normal.

3.8.2 Uji Linearitas

Menurut Sugiyono (2017) Uji linearitas digunakan untuk mengetahui bentuk antara variabel bebas dan variabel tergantung. 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. Untuk mengetahui kedua variabel linier atau tidak, maka digunakan uji linieritas dengan uji F. Kaidahnya dengan melihat p pada tabel linieritas, dimana jika p < 0,05 untuk linierity dan jika p > 0,05 untuk *deviation for linierity* maka dikatakan kedua variabel memiliki hubungan yang linier.

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 :

Ha: model regresi berbentuk linier.

Ho: model regresi tidak berbentuk linier.

Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka Ha ditolak

Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka Ha diterima.

Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 20.0).

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 Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas, Ghazali (2013). Uji ini memastikan 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 ≥ 10 maka ada gejala multikolinieritas.

Jika nilai VIF ≤ 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.

Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 20.0).

Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) > 0,1 maka variable X multikolinieritas atau tidak multikolinieritas.

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini dapat menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu Citra Merek (X1), Penanganan Keluhan (X2) dan Loyalitas Pelanggan(Y) yang mempengaruhi variabel lainnya maka dalam melakukan penelitian ini dapat menggunakan uji regresi linier berganda dengan program SPSS 20.0.

Persamaan umum pada uji regresi linier berganda yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + et$$

Keterangan:

Y : Loyalitas Pelanggan

X1 : Citra Merek

X2 : Penanganan Keluhan

a : Konstanta

et : Error Term

b1, b2, b3 : Koefisien Regresi

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/ independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan : Jika t hitung lebih kecil dari t tabel, maka H_a ditolak, sedangkan jika t hitung lebih besar dari t tabel, maka H_a diterima.

Uji t dapat juga dilakukan dengan hanya melihat nilai signifikansi t masing-masing variabel yang terdapat pada output hasil regresi menggunakan SPSS 20.0. Jika angka signifikansi t lebih kecil dari α (0,05) maka dapat dikatakan bahwa ada pengaruh yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen Ghozali (2013).

1. Pengaruh Citra Merek (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

H_a = Citra Merek (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

H_o = Citra Merek (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

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

2. Pengaruh Penanganan Keluhan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

H_a =Penanganan Keluhan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

H_0 = Penanganan Keluhan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

- c. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima
- d. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak

3.10.2 Uji F

Menurut Wibasuri (2017) Uji F yakni untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (independen) secara serempak terhadap variabel terikat (dependen) dilakukan dengan membandingkan antara hasil F_{hitung} dengan F_{tabel} .

Pengaruh Citra Merek (X1) dan Penanganan Keluhan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Tokopedia

H_a : Citra Merek dan Penanganan Keluhan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

H_0 : Citra Merek dan Penanganan Keluhan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Membandingkan hasil perhitungan f dengan criteria sebagai berikut:
 - a. Jika nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak
 - b. Jika nilai $f_{hitung} < f_{table}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
2. Menentukan nilai titik kritis f_{table} pada $db_1 = k$ dan $db_2 = n - k - 1$

Menentukan kesimpulan dari uji hipotesis.

