

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana dalam menganalisis data menggunakan angka-angka, rumus, atau model matematis. Menurut Sugiyono (2009) Prosedur yang biasa digunakan dalam penelitian kuantitatif ada tiga, yaitu : Eksperimen, survei, dan *content analysis*. Berdasarkan klasifikasi tersebut maka tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian survei dengan model korelasional, dimana peneliti ingin melihat hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas : Kualitas Pelayanan (X)
2. Variabel Terikat : Loyalitas Klien (Y)

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tindakan yang dilakukan karyawan untuk memberikan kenyamanan pada klien dan upaya karyawan dalam membantu klien dalam bertransaksi. Adapun aspek-aspek nya yaitu : bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*).

2. Loyalitas Klien

Loyalitas klien merupakan perasaan senang yang dirasakan klien terhadap produk atau pelayanan yang diterima dari perusahaan, sehingga klien kembali membeli produk dari perusahaan tersebut. Adapun aspek-aspeknya yaitu proporsi pembelajaan, kesedian klien mempromosikan perusahaan, hubungan emosional.

D. Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2009) populasi adalah keseluruhan subjek yang paling sedikit mempunyai sifat dan karakteristik sifat yang sama. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh klien PT Global Artha Future berjumlah 100 orang.

2. Sampel Penelitian

Sampel menurut Sugiyono (2009) adalah subjek atau wakil dari populasi yang diteliti. Besar anggota sampel harus dihitung berdasarkan teknik-teknik tertentu agar kesimpulan yang berlaku untuk populasi dapat dipertanggung jawabkan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebagian dari total klien yaitu 50% atau yang berjumlah 50 orang. Hal ini di asumsikan telah mewakili dari keseluruhan populasi yang ada sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampel dalam penelitian menggunakan *Purposive Sampling*, yaitu menentukan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2009).

Adapun kriteria yang ditentukan yaitu :

1. Sudah satu tahun berinvestasi

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam kegiatan penelitian mempunyai tujuan mengungkapkan fakta mengenai variabel yang diteliti. Tujuan untuk mengetahui (*goal of knowing*) haruslah dicapai dengan menggunakan metode atau cara-cara yang efisien dan akurat (Azwar, 2012).

Metode skala diberikan kepada klien yang menjadi subjek penelitian. Adapun skala yang akan diberikan adalah:

1. Skala Kualitas Pelayanan

Skala kualitas pelayanan ini dipergunakan untuk melihat penilaian klien terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Fakultas kepada klien. Hal ini diukur berdasarkan aspek-aspek kualitas pelayanan, Kotler (2002) menggambarkan lima kriteria penentu kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut : Bukti fisik (*tangibles*), Keandalan (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*emphaty*). Skala ini dibuat menggunakan skala Likert dengan 4 Skala dan 4 pilihan jawaban. Pada skala Kulititas Pelayanan, responden diminta untuk menyatakan tingkat kepentingan atas pernyataan-pernyataan yang merupakan bentuk dari pelayanan dengan memilih salah satu dari 4 alternatif jawaban yaitu “SS (Sangat Sesuai)

diberi nilai 4, jawaban “S (Sesuai) diberi nilai 3, jawaban “TS (Tidak Sesuai) diberi nilai 2, dan jawaban “STS (Sangat Tidak Sesuai) diberi nilai 1.

2. Skala Loyalitas Klien

Skala Loyalitas klien dipergunakan untuk melihat tingkat Loyalitas klien terhadap kenyataan atau hasil akhir dari pelayanan yang telah klien terima atau rasakan. Untuk pengukuran Loyalitas klien ini mengacu pada skala Loyalitas yang meliputi proporsi pembelajaran, kesediaan klien mempromosikan perusahaan, hubungan emosional (Griffin, 1995). Setelah klien menerima atau merasakan pelayanan yang diberikan perusahaan maka pada akhirnya dapat dilihat seberapa loyalnya klien. Skala ini dibuat menggunakan skala Likert dengan 4 Skala dan 4 pilihan jawaban. Pada skala loyalitas klien, responden diminta untuk menyatakan tingkat loyalitasnya terhadap pernyataan-pernyataan yang merupakan bentuk dari loyalitas dengan memilih satu dari 4 alternatif jawaban yang tersedia antara lain jawaban “SS (Sangat Sesuai) diberi nilai 4, jawaban “S (Sesuai) diberi nilai 3, jawaban “TS (Tidak Sesuai) diberi nilai 2, dan jawaban “STS (Sangat Tidak Sesuai) diberi nilai 1

F. Validitas Dan Reliabilitas

Salah satu masalah utama dalam kegiatan penelitian sosial, khususnya psikologi adalah cara memperoleh data yang akurat dan objektif. Hal ini menjadi

sangat penting, artinya bahwa kesimpulan penelitian akan dapat dipercaya apabila didasarkan pada informasi yang juga dapat dipercaya (Azwar, 2012). Dengan memperhatikan kondisi ini, tampak bahwa alat pengumpul data memiliki peranan penting. Baik atau tidaknya suatu alat pengumpul data dalam mengungkap kondisi yang ingin diukur, tergantung pada validitas dan reliabilitas alat ukur yang akan digunakan. Validitas dan reliabilitas alat ukur akan diuraikan sebagai berikut.

1. Validitas Aitem

Kesahihan atau validitas dibatasi tingkat kemampuan suatu alat ukur untuk mengungkap sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur tersebut. Suatu alat ukur dinyatakan sah jika alat ukur itu mampu mengukur apa saja yang hendak diukurnya, mampu mengungkapkan apa yang hendak diungkapkan, atau dengan kata lain memiliki ketetapan dan kecermatan dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar, 2012).

Validitas berasal dari kata “ validity “ yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan (mampu mengukur apa yang hendak diukur) dan kecermatan suatu instrumen pengukuran melakukan fungsi ukurnya, yaitu dapat memberikan gambaran mengenai perbedaan yang sekecil-kecilnya antara subjek yang lain (Azwar, 2012).

Sebuah alat ukur dapat dinyatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat ukur tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dikenakannya alat ukur tersebut. Teknik yang digunakan untuk menguji validitas alat ukur (skala) adalah

teknik korelasi product moment dari Karl Pearson, dengan formulanya sebagai berikut (Sogiyono, 2009) :

$$r_{xy} = \frac{\sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{N}}{\sqrt{\left[\left(\sum X^2 \right) - \frac{(\sum X)^2}{N} \right] \left[\left(\sum Y^2 \right) - \frac{(\sum Y)^2}{N} \right]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x (skor subjek tiap item) dengan variabel y (total skor subjek dari keseluruhan item).

$\sum XY$ = Jumlah hasil perkalian antara variable x dan y

$\sum X$ = Jumlah skor keseluruhan subjek setiap item

$\sum Y$ = Jumlah skor keseluruhan item pada subjek

$\sum X^2$ = Jumlah kwadrat skor x

$\sum Y^2$ = Jumlah kwadrat skor y

N = Jumlah subjek

2. Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas alat ukur adalah untuk mencari dan mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Reliabel dapat juga dikatakan kepercayaan, keterasalan, keajegan, kestabilan, konsistensi dan sebagainya.

Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama selama dalam diri subjek yang diukur memang belum berubah. (Azwar, 2012).

Analisis reliabilitas alat ukur yang dipakai adalah teknik Hoyt (Azwar, 2012) dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{tt} = 1 - \frac{Mki}{Mks}$$

Keterangan ;

r_{tt} = Indeks reliabilitas alat ukur

1 = Konstanta bilangan

Mki = Mean kwadrat antar butir

Mks = Mean kwadrat antar subjek

Adapun digunakannya teknik reliabilitas dari Hoyt ini adalah :

- a. Jenis data kontinue.
- b. Tingkat kesukaran seimbang.
- c. Merupakan tes kemampuan (power test), bukan tes kecepatan (speed test).

G. Analisis Data

1. *Product Moment*

Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik korelasi *Product Moment* dari *Karl Pearson*. Alasan digunakannya teknik korelasi ini dikarenakan pada penelitian ini memiliki tujuan ingin melihat hubungan antara satu variabel bebas (Kualitas Pelayanan) dengan satu

variabel terikat (Loyalitas Klien). Formula dari teknik korelasi *Product Moment* yang dimaksud (Sugiyono, 2009) adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{N}}{\sqrt{\left[\left(\sum X^2 \right) - \frac{(\sum X)^2}{N} \right] \left[\left(\sum Y^2 \right) - \frac{(\sum Y)^2}{N} \right]}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = koefisien korelasi antara variable x dan y
- $\sum X$ = jumlah skor variabel x
- $\sum Y$ = jumlah skor variabel y
- $\sum X^2$ = jumlah kwadrat x
- $\sum Y^2$ = jumlah kwadrat y
- $\sum XY$ = nilai hasil perkalian antar variabel butir dengan total
- N = jumlah subjek

Sebelum dilakukan analisis data dengan teknik analisis *Product Moment*, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi terhadap data penelitian yang meliputi :

- a. Uji Normalitas, yaitu untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian setiap masing-masing variabel telah menyebar secara normal.
- b. Uji linieritas, yaitu untuk mengetahui apakah data dari variabel bebas memiliki hubungan yang linier dengan variabel tergantung.