

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal. Menurut Sugiyono (2016:37), penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui ada dan tidaknya pengaruh atau hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dan apabila ada seberapa eratnya pengaruh atau hubungan serta berarti atau tidaknya pengaruh atau hubungan itu.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian di laksanakan pada CV.Indo Akebono Ohta JNE Medan Petisah yang beralamat di Jalan Teuku Umar No. 1 a Kelurahan Medan Petisah.

C. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini di rencanakan mulai bulan Desember 2016 sampai April 2017. Untuk lebih jelasnya berikut di sajikan tabel waktu penelitian.

Tabel 3.1
Rincian Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Desember				Januari				Februari				Maret				April				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Pembuatan dan Seminar Proposal																					
2	Pengumpulan Data dan Analisis																					
3	Penyusunan Skripsi																					
4	Seminar Hasil																					
5	Pengajuan Sidang Meja Hijau																					

D. Penentuan Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiono (2016:72), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di Tarik kesimpulannya.

Populasi adalah sekelompok objek yang di tentukan melalui krtiteria tertentu dan dapat di katagorikan ke dalam objek tersebut berupa manusia, dokumen-dokumen yang dapat di anggap sebagai objek penelitian. Sedangkan yang di maksud dengan sasaran populasi adalah objek penelitian yang akan di gunakan untuk menjadi sasaran penelitian.

Berdasarkan definisi di atas, maka populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen pengguna jasa pengiriman CV.Indo Akebono Ohta JNE Medan Petisah di Jalan Teuku Umar No. 1 a Kelurahan Medan Petisah yang berjumlah rata-rata perbulanya 300 orang.

2. Sampel

Menurut Sugiono (2016:73), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi.

Ada pun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiono (2016:), menyatakan *purposive sampling* adalah teknik penentuan dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus penentuan jumlah sampel menurut Taro Yamane sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d² = Presisi yang ditetapkan/tingkat kesalahan

Dalam penelitian ini di tetapkan batas tingkat kesalahan adalah 10%. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 300 orang konsumen pengguna jasa pengiriman CV.Indo Akebono Ohta JNE Medan Petisah. Maka jumlah sampel yang di peroleh adalah :

$$n = \frac{300}{(300 \cdot (0,1)^2) + 1}$$

$$n = 75 \text{ orang}$$

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Taro Yamane adalah sebanyak 75 orang. Maka pelaksanaan teknik *purposive sampling* dalam penelitian ini di lakukan terhadap 75 orang secara acak.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah variabel penelitian yang di maksudkan untuk memahami arti dalam setiap variabel penelitian sebelum di lakukan analisis. Dalam penulisan skripsi maka penulis menggunakan beberapa istilah sehingga di definisikan secara operasional agar menjadi petunjuk dalam penelitian. Adapun definisi operasional variabel yang di teliti adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Defenisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator Variable	Skala Ukur
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan pelanggan yang dibentuk oleh perbandingan antara ideal dan persepsi dari kinerja kualitas. (Zaithaml, Parasuraman dan Barry : 1990)	1. <i>Tangible.</i> 2. <i>Emphaty.</i> 3. <i>Reliability.</i> 4. <i>Responsiveness.</i> 5. <i>Assurance.</i>	Likert
Promosi (X2)	Promosi adalah usaha mengkomunikasikan antara perusahaan, konsumen, perantara, publik, dan audienslain. Memberi informasi, mengingatkan membujuk untuk membeli, dan berperan dalam meraih tujuan perusahaan. (Hasan 2008 : 231)	1. Periklanan 2. Penjualan pribadi 3. Promosi penjualan 4. Publisitas 5. <i>Direct marketing</i>	Likert
Loyalitas Konsumen (Y)	Loyalitas konsumen merupakan sebuah sikap yang menjadi dorongan perilaku untuk melakukan pembelian produk yang menyertakan aspek perasaan di dalamnya, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang dengan konsistensi yang tinggi, mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap produk tersebut. (Ali Hasan 2008 : 83)	1. Melakukan pembelian ulang. 2. Merekomendasikan kepada orang lain. 3. Kesiediaan dalam membayar lebih tinggi. 4. Dasar kesetiaan adalah informasi tentang produk atau jasa yang tersedia bagi konsumen. 5. Konsumen yang loyalitas tidak akan pindah ke produk lainnya.	Likert

F. Jenis Data dan Sumber Data

Menurut Kuncoro (2009), data adalah sekumpulan informasi yang di perlukan untuk pengambilan keputusan. Ada 2 jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Jenis Data

- a. Data Kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang di angkakan atau skoring (Sugiono 2006). Data kuantitatif yang di gunakan dalam penelitian ini adalah hasil jawaban kuesioner dari masing-masing responden yaitu konsumen pengguna jasa pengiriman CV.Indo Akebono Ohta JNE Medan Petisah.
- b. Data Kualitatif, yaitu data yang berbentuk kalimat, kata atau gambar (Sugiono 2006). Data kualitatif dalam penelitian ini adalah hasil wawancara yang di berikan kepada responden yaitu konsumen pengguna jasa pengiriman CV.Indo Akebono Ohta JNE Medan Petisah.

2. Sumber Data

- a. Data Primer adalah data yang di peroleh dengan survey lapangan yang menggunakan metode pengumpulan data original (Kuncoro 2009). Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dan jawaban kuesioner yang di sebarakan kepada konsumen pengguna jasa pengiriman CV.Indo Akebono Ohta JNE Medan Petisah.
- b. Data Sekunder adalah data yang telah di kumpulkan oleh lembaga pengumpulan data dan di publikasikan kepada masyarakat pengguna data (Kuncoro 2009).

G. Teknik Penggumpulan Data

Menurut Sugiono (2010), teknik pengumpulan data dapat di lakukan dengan interview (wawancara) dan kuesioner (angket). Untuk memperoleh data serta informasi yang di perlukan maka penulis melakukan pengumpulan data sebagai berikut :

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Metode pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan permasalahan yang di bahas untuk memperoleh berbagai informasi yang dapat membantu di dalam penelitian.

2. Penelitian Kelapangan (*Field Research*)

Metode penelitian ini yang di lakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung ke perusahaan yang di jadikan objek penelitian. Untuk memperoleh data yang di butuhkan sehubungan dengan penelitian ini maka teknik yang di gunakan adalah sebagai berikut :

- a. Wawancara (*Interview*), yaitu pengumpulan data yang di lakukan dengan cara melakukan dialog secara langsung kepada konsumen atau nasabah.
- b. Kuesioner (*Quesionaire*), yaitu pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang di tujukan kepada responden dengan menggunakan metode *Likert Summated Rating* (LSR) dengan bentuk *checklist*, di mana setiap pertanyaan mempunyai 5 opsi sebagaimana terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.3
Skala Pengukuran Likert

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2010)

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri dari beberapa uji yang digunakan, terdiri dari uji instrument dan uji asumsi klasik.

1. Uji Instrument

a. Uji Validitas

Uji yang dilakukan untuk mengetahui layak atau tidaknya alat ukur yang digunakan. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23.0 dengan kriteria sebagai berikut :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Uji yang digunakan untuk mengetahui konsisten dan kestabilan suatu alat ukur apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23.0 dengan kriteria sebagai berikut :

Jika $r_{alpha} > r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan reliabel

Jika $r_{alpha} < r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan tidak reliabel

c. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah sebuah pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel *output* atau dependen (Y) dengan satu atau beberapa variabel *input* atau independen (X). Menurut Umi Narimawati (2008), pengertian analisis regresi linear berganda yaitu suatu analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan

untuk meneliti pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap suatu variabel tergantung dengan skala *interval*. Teknik analisis regresi berganda di gunakan dalam penelitian ini sebab skala pengukuran yang di gunakan peneliti adalah skala *likert*. Beberapa peneliti memandang bahwa skala *likert* adalah ordinal yang harus di ubah atau di transformasikan dahulu menjadi data *interval* melalui metode *successive interval* sehingga dapat di analisis untuk menguji hipotesis mesti pun data yang di gunakan berupa data ordinal, sebab hasil analisis dengan menggunakan data skala *likert* yang belum dan setelah di transformasikan melalui metode *successive interval* memberikan hasil yang sama. (Suliyanto, 2008)

Model regresi di nyatakan dalam persamaan :

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

Keterangan :

Y	: Loyalitas konsumen
a	: Konstanta
$b_1 \dots b_2$: Koefisien regresi masing-masing variable
x_1	: Kualitas pelayanan
x_2	: Promosi
e	: standar error

2. Uji Asumsi Klasik

Syarat asumsi klasik yang harus di penuhi model regresi berganda sebelum data tersebut di analisis adalah sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal yakni distribusi data dengan

bentuk lonceng dan distribusi data tersebut tidak melenceng ke kiri atau melenceng ke kanan. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan PP-Plots.

b. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah group mempunyai varian variabel *independent* adalah konstan atau sama untuk setiap nilai tertentu variabel *independent* disebut *homoskedastisitas*.

3. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel terikat (Mudjarat Kuncoro, 2004).

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan dan promosi) terhadap variabel terikat (loyalitas konsumen) ditentukan dengan determinasi $D = r^2 \times 100\%$.

Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Mudrajad Kuncoro, 2004).

Dengan alat bantu *SPSS statistic 23.0 for windows* kriteria pengujian adalah melihat tabel model *summary*. Melihat nilai *R.squre* (koefisien determinasi) artinya jika nilai R^2 mendekati 1 atau $> 0,5$ maka variabel-variabel

independen di anggap mampu menjelaskan variasi variabel-variabel dependen.

b. Uji Parsial (uji t)

Uji t statistik di maksud untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain di anggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).

Kriteria pengujian :

$t_{hitung} > t_{tabel} = H_0$ di tolak

$t_{hitung} < t_{tabel} = H_1$ di terima

c. Uji Simultan (uji f)

Uji f untuk mengetahui apakah variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).

Kriteria pengujian :

$f_{hitung} > f_{tabel} = H_0$ di tolak

$f_{hitung} < f_{tabel} = H_1$ di terima