

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk mengungkapkan tanda secara *holistic-konstektual* melalui pengumpulan data dengan cara membagikan sebuah kuesioner kepada objek penelitian. Penelitian kuantitatif yang berpatokan pada pengukuran dan analisis hubungan sebab – akibat antara bermacam – macam variabel.¹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan, *brand image* dan *brand trust* terhadap loyalitas pelanggan wifi IndiHome.

Metode kuantitatif sering juga disebut metode tradisional, *positivistic*, ilmiah/*scientific* dan metode *discovery*, karena penggunaan yang cukup lama dan menjadi tradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini dikatakan sebagai metode *positivistic* karena berlandaskan filsafat *positivisme*, metode ini dapat disebut metode ilmiah / *scientific* karena metode ini telah memenuhi kaidah ilmiah yaitu konkrit, empiris, objektif, terukur, rasional dan sistematis.²

Penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif biasanya dilakukan dengan jumlah sample yang ditentukan berdasarkan populasi yang ada. Perhitungan jumlah sample dilakukan dengan menggunakan rumus tertentu. Pemilihan rumus yang akan digunakan, kemudian disesuaikan dengan jenis penelitian homogenitas populasi (Priyono, 2008). Metode deskriptif kuantitatif ini dilakukan untuk menjelaskan fenomena yang ada, dengan mengumpulkan data berupa angka (numeric) kemudian diolah dengan metode statistik menggunakan *statistical product and service solutions* (SPSS).³

Penelitian pada umumnya dilakukan pada populasi atau sample tertentu yang *representative*. Proses penelitian yang bersifat deduktif, yang mana untuk menjawab rumusan masalah menggunakan konsep atau teori sehingga dirumuskan hipotesis.

¹ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta, CV. Pustaka Ilmu, Maret 2020), 254.

² Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta, CV. Pustaka Ilmu, Maret 2020), 239.

³ Nanang Martono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta, Rajawali Press, 2011), 20.

Selanjutnya hipotesis tersebut diuji melalui pengumpulan data lapangan, guna untuk mengumpulkan data yang digunakan instrument penelitian. Data yang telah dikumpulkan selanjutnya di analisis dengan cara kuantitatif dengan menggunakan SPSS deskriptif terbukti atau tidak. Penelitian kuantitatif umumnya dilakukan pada sample yang diambil secara random, sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi dimana sample tersebut diambil.⁴

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah skor keseluruhan dari individu yang mempunyai karakteristik hendak diteliti dan satuan tersebut dinamakan unit analisis, berupa orang, institusi dan benda. Menurut Howel, populasi merupakan peristiwa dimana anda tertarik dengan objek tersebut.⁵ Penelitian ini mengambil populasi sejumlah 28 warga pengguna Wifi IndiHome di desa Megawon Kecamatan Jati Kabupaten Kudus.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan metode pengambilan sampling. Penelitian dengan menggunakan metode pengambilan sampel lebih menguntungkan dibanding dengan menggunakan metode populasi saja.⁶

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel secara sampling jenuh. Ciri utama sampling jenuh jika semua jumlah populasi digunakan sebagai sampel. Sampling jenuh ini sebaiknya digunakan untuk yang populasinya relative kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat dengan kesalahan yang kecil.⁷ Dalam penelitian ini menggunakan sampel seluruh pengguna Wifi IndiHome masyarakat desa megawon pengguna wifi IndiHome.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: ALFABET,2019), 16-17.

⁵ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, (Bojonegoro, KBM Indonesia, 2021), 34.

⁶ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta, CV. Pustaka Ilmu, Maret 2020), 362.

⁷ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta, CV. Pustaka Ilmu, Maret 2020), 369.

C. Tata Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan komponen yang sudah ditentukan oleh seorang peneliti guna diteliti supaya mendapatkan jawaban yang sudah dirumuskan yaitu kesimpulan penelitian. Variabel termasuk komponen utama dalam penelitian, oleh karena itu, penelitian tidak akan berjalan tanpa adanya variabel yang akan diteliti. Untuk menentukan variabel tentunya harus dengan dukungan teoritis yang dijelaskan melalui hipotesis penelitian.⁸

1. Variabel bebas / *independent*

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi penyebab atau memiliki kemungkinan teoritis berdampak pada variabel lain. Variabel bebas umumnya dilambangkan dengan huruf X. Dalam penelitian ini variabel bebas meliputi :

- a. Kualitas Pelayanan (X1)
- b. *Brand Image* (X2)
- c. *Brand Trust* (X3)

2. Variabel tak bebas / *dependent*

Variabel tak bebas merupakan variabel yang secara struktur berfikir keilmuan sebagai variabel yang disebabkan oleh adanya perubahan variabel lainnya atau menjadi persoalan pokok bagi peneliti yang selanjutnya menjadi objek penelitian. Didalam penelitian ini variabel *dependent* nya adalah Loyalitas Pelanggan (Y).⁹

D. Definisi Operasional

Adapun konsep definisi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	Segala sesuatu yang diharapkan oleh pelanggan agar perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> a. Keandalan (<i>reability</i>) b. Kesadaran (<i>awareness</i>) c. Perhatian (<i>attention</i>) d. Ketepatan 	Likert

⁸ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, (Bojonegoro, KBM Indonesia, 2021), 16.

⁹ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta, CV. Pustaka Ilmu, Maret 2020), 305-306.

		dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan	(<i>accuracy</i>)	
2.	<i>Brand Image</i> (X2)	Deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu.	a. Kesan Profesional b. Profesionalisme c. Kesan Modern d. Melayani Semua Segmen e. Perhatian Pada Konsumen	Likert
3.	<i>Brand Trust</i> (X3)	Keinginan pelanggan untuk bersandar pada sebuah merek dengan resiko – resiko yang dihadapi karena ekspektasi terhadap merek itu akan menyebabkan hasil yang positif	a. <i>Achieving Result</i> b. <i>Acting With Integrity</i> c. <i>Demonstrate Concern</i>	Likert
4.	Loyalitas Pelanggan (Y)	Orang yang membeli secara teratur dan berulang-ulang, mereka secara teratur menerus dan berulang kali datang kesuatu tempat yang	a. Melakukan <i>repeat order</i> (pembelian ulang) b. Terbiasa menggunakan merek tertentu c. Menyukai <i>brand</i> d. Tidak beralih, meskipun ada pilihan e. Beranggapan merek pilihannya yang	Likert

		sama guna untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membeli produk tersebut.	terbaik f. Merekomendasikan produk atau <i>brand</i> kepada orang lain	
--	--	--	---	--

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengukur data yang dikumpulkan dan menggunakan beberapa jenis analisis statistic terhadap beberapa sampel yang *representatif*. Keuntungan dalam menggunakan data – data kuantitatif lebih relatif dibandingkan dengan data kualitatif karena komparasi jawaban yang luas, kecepatan pengumpulan data dan *the power of number* yang mampu menyederhanakan jawaban dalam bentuk angka sehingga mudah untuk dianalisis.¹⁰

Teknik dalam pengambilan data untuk penelitian ini diambil dari kuesioner. Kuesioner sering menggunakan daftar periksa (*checklist*) dan skala penilaian, kuesioner adalah serangkaian instrument pertanyaan yang disusun berdasarkan alat ukur variabel penelitian, pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner sangat efisien, dengan cara responden hanya memilih jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.¹¹ Dalam penelitian ini saya menggunakan skala *likert*, yang artinya pernyataan yang disertai dengan skala pengukuran, dimana skala tersebut merupakan pilihan sikap terkait pernyataan yang dapat dipilih oleh responden yang sesuai dengan sikap yang dialami oleh responden.¹² Berikut cara responden mengisi angket pertanyaan dari peneliti dengan memilih

¹⁰ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta, CV. Pustaka Ilmu, Maret 2020), 398-399.

¹¹ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, (Bojonegoro, KBM Indonesia, 2021), 29-30.

¹² Anom Hery Suasapha, *Jurnal Kepariwisata*, “ *Skala Likert Untuk Penelitian Pariwisata*”, Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata Bali, Vol. 19, No. 1, Maret 2020, 31.

salah satu diantara jawaban yang telah disediakan dengan menggunakan skala *likert* dalam bentuk *checklist*.

1. Sangat Setuju (SS) : 5 skor
2. Setuju (S) : 4 skor
3. Netral (N) : 3 skor
4. Tidak Setuju (TS) : 2 skor
5. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1 skor

F. Analisis Data

1. Uji Instrumen

Teknik yang dipakai peneliti dalam uji instrument adalah sebagai berikut :

a. Uji Validitas

Validitas merupakan tingkat keandalan dan keaslian alat ukur yang digunakan. Instrument dikatakan valid artinya menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapat data yang valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2004). Dalam rangka uji validitas kuesioner kriteria pengujian, apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan taraf signifikansi 0,05 dan $df = n-2$, maka alat ukur dinyatakan valid dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut tidak valid. Pertanyaan yang tidak valid tidak akan disertakan pada pengolahan data selanjutnya (Sugiyono).¹³

b. Uji Reliabilitas

Sekaran menyatakan bahwa suatu instrument penelitian memiliki reliabilitas yang memadai jika keofisien *alpha cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,60. Sementara hasil uji menunjukkan *koef cronbach alpha* sebesar 0.863, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel ini adalah reliable.¹⁴

2. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier berganda (*multiple regression*) disebut sebagai model yang baik apabila model tersebut memenuhi kriteria BLUE (*best linear unbiased estimator*). BLUE dapat

¹³ Bidang Kajian Kebijakan Dan Inovasi Administrasi Negara, “*Processing Data Penelitian Menggunakan SPSS*”, Pusat Kajian Dan Pendidikan Dan Pelatihan Aparatur IV Lembaga Administrasi Negara Republic Indonesia, 1.

¹⁴ Agus Tri Basuki, “*Penggunaan SPSS Dalam Statistic*”, (Sleman, Danisa Media, 2015), 73.

dicapai apabila memenuhi asumsi klasik.¹⁵ Berikut uji asumsi yang harus dilakukan terhadap suatu model regresi antara lain:

a. Uji Data Multikolinieritas

Multikolinieritas atau disebut *kolinieritas* ganda adalah adanya hubungan *linear* antara variabel bebas X dalam model regresi ganda. Jika hubungan *linear* antar variabel bebas X dalam model regresi ganda adalah korelasi sempurna maka variabel tersebut berkolinieritas ganda sempurna (*perfect multinollinearity*). Pendeteksian multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai *variance inflation factors* (VIF) < 10 dan *Tolerance* $> 0,10$ artinya tidak terdapat multikolinieritas diantara variabel independen dan sebaliknya.¹⁶

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji *heteroskedastisitas* bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas bisa dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Namun jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁷

c. Uji Normalitas

Normalitas data merupakan hal penting karena dengan data yang terdistribusi normal, maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi.¹⁸ Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel *residual* mempunyai distribusi normal. Uji t dan uji f mengasumsikan nilai *residual* mengikuti distribusi normal. Pada prinsipnya, normalitas dapat di deteksi

¹⁵ Ana Zahrotun Nihayah, “*Pengolahan Data Penelitian Menggunakan Software Spss 23.0*”, (UIN Walisongo, Semarang, 2019), 3.

¹⁶ Agus Tri Basuki, “*Penggunaan SPSS Dalam Statistic*”, (Sleman, Danisa Media, 2015), 98-99.

¹⁷ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, (Bojonegoro, KBM Indonesia, 2021), 69.

¹⁸ Rochmat Aldy Purnomo, “*Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*”, (Ponorogo, CV. Wade Group, 2016), 79.

dengan melihat penyebaran data / titik pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Model regresi dikatakan memenuhi asumsi normalitas apabila data menyebar di sekitar garis diagonal atau grafik histogramnya.¹⁹

3. Teknik Analisis Data

a. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda adalah metode analisis yang terdiri dari dua/lebih variabel independen dan satu variabel dependen. Di dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen meliputi Kualitas Pelayanan, *Brand Image* dan *Brand Trust*, sedangkan variabel dependennya adalah Loyalitas Pelanggan. Rumus persamaan regresi berganda dapat dijabarkan sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y (Variabel Dependen) = Loyalitas Pelanggan

X₁ (Variabel Independen) = Kualitas Pelayanan

X₂ (Variabel Independen) = *Brand Image*

X₃ (Variabel Independen) = *Brand Trust*

a = konstanta (apabila nilai x sebesar 0, maka Y akan sebesar a atau konstanta)

b₁, b₂ = koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)²⁰

e = Standar eror

b. Uji T

Uji parsial atau uji T merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikansi secara parsial atau masing – masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah :

H₀ : t hitung ≤ t tabel maka tidak terdapat pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independen.

H₁ : t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independen.²¹

¹⁹ Dyah Nirmala Arum Janie, “*Statistic Deskriptif & Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*”, (Semarang, Semarang University Press, 2012), 35.

²⁰ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, (Bojonegoro, KBM Indonesia, 2021), 52.

c. Uji F

Uji F ini dipakai untuk mengenali terdapat tidaknya pengaruh dengan cara sama – sama (*simultan*) variabel bebas terhadap variabel terikat. Pembuktian dicoba dengan metode menyamakan angka hitung F_{hitung} dengan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 5% dengan derajat kebebasan $df = (n - k - 1)$ dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah :

H_0 : Variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama – sama terhadap variabel terikatnya.

H_a : Variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama – sama terhadap variabel terikatnya.²²

Menurut sugiyono rumus uji F sebagai berikut :

$$F = \frac{\frac{R^2}{k}}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

Keterangan :

R : koefisien korelasi ganda

K : jumlah variabel independen

n : jumlah anggota sampel

jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima (H_a ditolak) dan jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak (H_a diterima).

d. Analisis Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi yang sering disimbolkan dengan R^2 pada prinsipnya melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Bila angka koefisien determinasi dalam model regresi terus menjadi kecil atau semakin dekat dengan nol berate semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat atau nilai R^2 semakin mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun rumus koefisien determinasi sebagai berikut:²³

$$KP = r^2 \times 100\%$$

²¹ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, (Bojonegoro, KBM Indonesia, 2021), 53-54.

²² Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, (Bojonegoro, KBM Indonesia, 2021), 53.

²³ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, (Bojonegoro, KBM Indonesia, 2021), 54.

Keterangan :

KP : nilai koefisien determinasi

R^2 : nilai Koefisien korelasi

