

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Mengetahui waktu pelaksanaan penelitian dan perangkat dalam menganalisis data, maka dalam bab ini dijelaskan teknik analisis data yang berkaitan dengan variabel penelitian.

A. Lokasi dan Obyek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

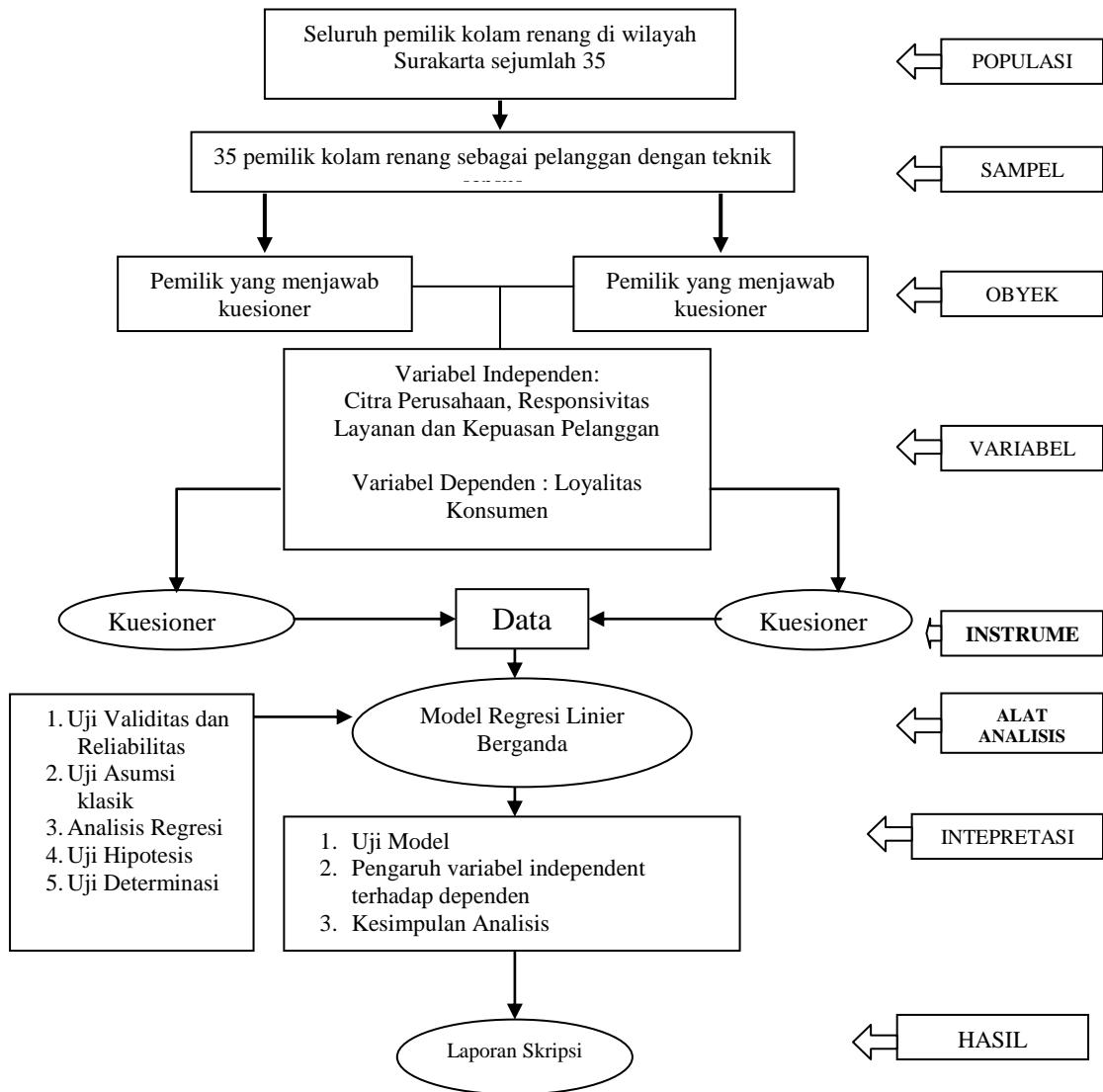
Penelitian ini dilakukan di wilayah kota Surakarta

2. Obyek Penelitian

Yang menjadi obyek penelitian ini adalah perorangan atau perusahaan yang mempunyai kolam renang.

B. Desain Penelitian

Untuk mengetahui alur dari penelitian ini dapat dilihat dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 3.1

Desain Penelitian

C. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Menurut Arikunto (2016: 119), variabel yang mempengaruhi disebut variabel penyebab, variabel bebas atau *independent variabel*(X), sedangkan variabel akibat disebut variabel terikat atau *dependent variabel* (Y). Konsep variabel dalam penelitian ini terdiri dari:

- a. Variabel dependen atau *dependent variabel*(Y) sering disebut sebagai variabel respon, output, kriteria, konsekuensi atau terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dan adanya variabel bebas, dalam penelitian ini adalah Loyalitas pelanggan atau konsumen.
- b. Variabel independen atau *independent variabel* (X) sering disebut variabel stimulus, input, *antecedent* atau bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi timbulnya variabel dependen, dalam penelitian ini adalah Citra Perusahaan, Responsivitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan.

2. Definisi Operasional Variabel

Menurut Nasir (2015: 126), definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstrak dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.

Tabel 2.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala	Sumber
1	Loyalitas Pelanggan adalah merupakan proses yang melibatkan pikiran dan emosi antara pelanggan dengan perusahaan yang tidak dapat diukur dan dikelola, karena pikiran dan emosi pelanggan yang satu dengan yang lain berbeda sehingga akan sulit untuk diukur atau dilambangkan, (Srivastava, 2015), (Rangkuti (2013)	1. Keinginan kuat untuk tetap menjadi anggota organisasi 2. Keinginan dan penerimaan yang kuat terhadap nilai dan tujuan organisasi. 3. Penerimaan untuk melaksanakan kegiatan yang konsisten dengan organisasi	Likert	Angket
2	Citra Perusahaan , adalah merupakan sekumpulan pengetahuan, pengalaman, penilaian, serta perasaan (emosi) yang terorganisir di dalam sistem kognisi manusia, atau hasil dari proses berpikir yang diyakini kebenarannya (Ardianto, 2011).	1. Kepribadian 2. Reputasi 3. Nilai-nilai yang dimiliki perusahaan 4. Identitas perusahaan	Likert	Angket
3	Responsivitas Layanan adalah konsep yang merujuk pada kemampuan suatu organisasi, terutama dalam konteks pelayanan publik, untuk mengenali dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Berikut	1. Ada tidaknya pengaduan dari masyarakat 2. Sikap perusahaan dalam merespon pengaduan atau complain 3. Sistem pengaduan yang diterapkan 4. Waktu penyelesaian tindakan	Likert	Angket

	adalah penjelasan lebih rinci mengenai responsivitas pelayanan.			
4	Kepuasan Pelanggan, adalah sebagai perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau kekecewaan yang timbul dari membandingkan penampilan sebuah produk dihubungkan dengan harapan konsumen atas produk tersebut (Kotler dan Keller, 2008)	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesediaan merekomendasikan	Likert	Angket

D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kelompok atau kumpulan individu-individu atau obyek penelitian yang memiliki standar-standar tertentu dari ciri-ciri yang telah ditetapkan sebelumnya. Menurut Sugiyono (2019: 215), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda - benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan jasa Mr.Water Treatment lebih dari satu kali sebanyak 35 pelanggan pada tahun 2024.

2. Sampel

Menurut Santoso (2015: 29), sampel bisa didefinisikan sebagai sekumpulan data yang diambil atau diseleksi dari suatu populasi. Dalam Sugiyono (2019: 135) dijelaskan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Sampel dalam penelitian ini seluruh populasi dijadikan sampel dalam penelitian, yaitu sejumlah 35 pelanggan

3. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel menggunakan teknik sensus yaitu pengambilan sampel diperoleh dari jumlah seluruh populasi yang ada. Hal ini sesuai pendapat Arikunto (2016: 32) yang menyatakan bahwa jika populasi kurang dari 100, maka seluruh populasi dapat dijadikan sampel dalam penelitian.

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017: 54).

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data Primer adalah data jawaban kuesioner dari pelanggan. Muatan dan isi materi di dalam kuesioner adalah berupa pertanyaan atau pernyataan yang dilengkapi dengan data pelanggan yaitu usia, jenis kelamin dan pendidikan formal tertinggi. Data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner tentang Citra Perusahaan, Responsivitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara. Dalam penelitian ini, data sekunder didapat melalui studi pustaka atau observasi dilapangan yang berkaitan dengan penelitian.

F. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono,(2018: 67) bahwa pengumpulan data diperoleh dari observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan dokumentasi dan studi pustaka.

1. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:276) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang mendukung penelitian ini.

2. Studi Kepustakaan

Menurut Sugiyono (2018: 297), studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan Citra Perusahaan, Responsivitas Layanan, Kepuasan Pelanggan maupun Loyalitas. Selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur Ilmiah. Data diperoleh dengan cara mempelajari dan mengaitkan literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi.

3. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2018: 142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada pelanggan untuk dijawab. Kuesioner dapat

berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada pelanggan secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Menunut Arikunto (2016: 151), kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi diri pelanggan dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Jadi, dalam menggunakan metode angket atau kuesioner instrumen yang dipakai adalah angket atau kuesioner.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian *survey* dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner atau angket yang disebarluaskan kepada pelanggan. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama meliputi deskripsi pelanggan yang diminta untuk mengisi kuesioner. Sedangkan bagian kedua berisi item-item pertanyaan di masing-masing variabel yang digunakan.

Dalam penelitian ini penulis melakukan pengumpulan data melalui penyebaran daftar pertanyaan yang disusun dengan skala likert yang mempunyai kriteria jawaban sebagai berikut:

- | | |
|--------------------------------|----------|
| 1) Jawaban Sangat Setuju | = Skor 5 |
| 2) Jawaban Setuju | = Skor 4 |
| 3) Jawaban Netral | = Skor 3 |
| 4) Jawaban Tidak Setuju | = Skor 2 |
| 5) Jawaban Sangat Tidak Setuju | = Skor 1 |

G. Metode Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2019: 45). Apabila instrumen tersebut mampu untuk mengukur apa yang diukur, maka disebut valid dan sebaliknya, apabila tidak mampu untuk mengukur apa yang diukur, maka dinyatakan tidak valid.

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan korelasi bivariat antara masing - masing skor indikator dengan skor konstruk. Uji validitas dilakukan terhadap 35 (tigapuluuhlima) orang yang menjadi sampel dengan menggunakan uji korelasi. Rumus korelasi yang dapat digunakan adalah yang dikemukakan oleh Pearson yang dikenal dengan rumus korelasi *product moment* yang dikutib Sudarmanti (2018: 98) sebagai berikut :

$$R_{xy} = \frac{N \sum_{xy} - (\sum_x)(\sum_y)}{\sqrt{\{N \sum_x^2 - (\sum_x)^2\} \{N \sum_y^2 - (\sum_y)^2\}}}$$

Menurut Ghozali (2018:83), apabila tampilan output SPSS terlihat bahwa korelasi antar masing - masing indikator terhadap total skor konstruk menunjukkan nilai Signifikansi < 0,05, maka

dapat disimpulkan bahwa masing - masing indikator pertanyaan adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban pelanggan terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut Sudarmanti (2018: 81) reliabilitas instrumen menggambarkan pada kemantapan dan keajegan alat ukur yang digunakan. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menghitung koefisien reliabilitas dengan menggunakan formulasi *Cronbach Alpha*. Uji reliabilitas terhadap 35 orang yang menjadi sampel dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α).

Adapun rumus *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{(k-1)} \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

σ_t^2 = varian total

(Syarifudin, 2020: 213)

Menurut Riyanto (2019: 148) bila nilai *Cronbach's Alpha* lebih \geq konstanta (0,6), maka pernyataan reliabel. Bila nilai *Cronbach's Alpha* < konstanta (0,6), maka pertanyaan tidak reliabel. Pendapat tersebut didukung Ghazali (2018:42) yang menyatakan suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 .

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian penelitian dalam penelitian ini menggunakan model statistik parametrik, sehingga sebelum melakukan pengujian hipotesis perlu dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Uji Asumsi Klasik terhadap model regresi yang digunakan dalam penelitian dilakukan untuk menguji apakah model regresi tersebut baik atau tidak. Penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan adalah Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Ada dua cara untuk mendekripsi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2018: 47).

Penelitian ini menggunakan uji statistik, salah satu uji statistik yang biasa digunakan adalah uji *Kolmogrov-Smirnov*. Jika pada hasil uji *Kolmogrov-Smirnov* menunjukkan *p-value* lebih besar dari 0,05, maka data berdistribusi normal dan sebaliknya, jika *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak *ortogonal*. Variabel *ortogonal* adalah variable independen yang nilai korelasinya antara sesama variable independen sama dengan nol. Ada dua cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi dengan menganalisi korelasi antara variable independen dan perhitungan nilai *Tolerance* dan *Varian Inflation factor* (VIF) (Ghozali: 2018. 193).

Uji Multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai VIF pada model regresi. Adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* yang lebih kecil dari 0,1 atau nilai VIF yang lebih besar dari 10. Jika nilai *tolerance* > dari 0,1 atau nilai VIF < dari 10 maka tidak terdapat multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendekatiada atau tidaknya heteroskedastisitas salah satunya dengan uji Glejser (Ghozali, 2018: 53).

Penelitian ini menggunakan Uji Gletser dengan meregresikan nilai absolute residual terhadap variabel independen. Jika nilai signifikan hitung lebih besar dari alpha = 5%, maka tidak ada masalah heteroskedastisitas. Tetapi jika nilai signifikan hitung kurang dari alpha = 5% maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terjadi Heteroskedastisitas.

3. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Definisi analisis regresi linear berganda menurut Sugiyono (2018): “Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriteria), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor di manipulasi (di naik

turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.”

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis. Analisis statistic dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistica Program and Service Solution*) dan program Microsoft Excel. Dirumuskan secara sistematis sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots \dots \quad (1)$$

Keterangan:

Y :Loyalitas Pelanggan

α :Konstanta

$\beta_1-\beta_2$ β_2 : Koefisien Regresi

X_1 : Citra Perusahaan

X_2 : Responsivitas Layanan

X_3 : Kepuasan Pelanggan

e : Eror atau tingkat kesalahan

b. t - test

Uji – t berfungsi untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual mempengaruhi variable dependen. Dalam penelitian ini uji – t digunakan untuk menguji hipotesis yaitu untuk mengetahui apakah variable Citra Perusahaan , Responsivitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Mr.Water

Treatment di Surakarta. Suatu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dilihat dari nilai signifikansi uji t. Nilai itu dikatakan signifikan jika bernilai dibawah $\alpha=0,05$ (Ghozali, 2019).

c. F-Test

Uji – F berfungsi untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variable dependen. Dalam penelitian ini uji – F digunakan untuk menguji hipotesis yaitu untuk mengetahui apakah variable Citra Perusahaan , Responsivitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Mr.Water Treatment di Surakarta. Suatu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara bersama-sama dilihat dari nilai signifikansi uji F. Nilai itu dikatakan signifikan jika bernilai dibawah $\alpha=0,05$ (Ghozali, 2019).

d. Koefisien Determiniasi

Koefisien determinasi menunjukkan berapa besar persentase variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen. Nilai R^2 berada antara 0 dan 1, jika nilai R^2 semakin mendekati 1 artinya semakin besar variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Jika $R - Square=1$ berpengaruh sempurna pada

variabel dependen, sedangkan jika $R - Square = 0$, maka tidak ada pengaruh variabel independen pada dependen (Ghozali, 2019).