

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian yang digunakan

Unsur yang paling penting di dalam suatu penelitian adalah metode penelitian, karena melalui proses tersebut dapat ditemukan apakah hasil dari suatu penelitian dapat dipertanggungjawabkan (Hadi, 2000). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersifat korelasional, yang bertujuan untuk melihat perbedaan antara variabel dengan variabel lain.

B. Variabel Penelitian

Identifikasi variabel penelitian digunakan untuk menguji hipotesa penelitian. Dalam penelitian ini, variabel – variabel yang digunakan yaitu:

- a. Variabel terikat : Loyalitas pelanggan
- b. Variabel bebas : Kepuasan Pelanggan

C. Defenisi Operasional

Adapun defenisi operasional tersebut sebagai berikut

1. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan yaitu kesetiaan pelanggan kepada suatu perusahaan untuk melakukan pembelian ulang dan dengan kepuasan bagi pelanggan terhadap suatu perusahaan, perusahaan akan mendapatkan pelanggan yang loyal. loyalitas pelanggan diukur dengan menggunakan skala Intensi atau niat membeli kembali, Perilaku-perilaku primer, Perilaku-perilaku sekunder.

2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan seseorang tentang suatu produk setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan apa yang diharapkan. Kepuasan pelanggan diukur dengan menggunakan skala Kinerja (*Performance*), ciri-ciri atau keistimeaan tambahan (*feature*), keandalan (*Reability*), Kesesuaian dengan spesifikasi, Daya tahan (*durability*), Mudah di perbaiki (*serviceability*), Estetika (*aesthetics*)

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Dalam penelitian masalah populasi dan sampel yang dipakai merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan. Populasi adalah sejumlah individu yang paling sedikit memiliki sifat yang sama (Hadi, 2000). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Psikologi pelanggan PT.Telkomsel stambuk 2013-2015 sebanyak 423 orang. Dengan jumlah mahasiswa stambuk 2013 sebanyak 92

orang, 2014 sebanyak 173 orang, dan stambuk 2015 sebanyak 158, dengan jumlah sampel sebanyak 64 orang.

b. Sampel

Menyadari luasnya keseluruhan populasi dan keterbatasan yang dimiliki peneliti, maka subjek penelitian yang dipilih adalah sebagian dari keseluruhan populasi yang dinamakan sampel. Sampel merupakan sebagian dari populasi atau sejumlah penduduk yang jumlahnya kurang dari jumlah populasi. Sampel sedikitnya harus memiliki satu sifat yang sama dengan populasi (Hadi, 2004). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 64 orang.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, yaitu menurut Hadi (2004) adalah pemilihan sekelompok subjek secara acak didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelum yaitu:

- Pelanggan mahasiswa PT. Telkomsel
- Usia 18-22 tahun
- Menggunakan kartu telkomsel minimal 3 tahun
- Lokasi Universitas Medan Area, Kampus 2
- Fakultas Psikologi stambuk 2013-2015. Regule-B pagi

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan skala psikologi. Data dari ke dua variabel akan diperoleh melalui skala psikologi baik untuk variable loyalitas maupun kepuasan pelanggan.

Hadi (2004), skala psikologis mendasarkan diri pada laporan – laporan pribadi (*self report*). Selain itu skala psikologis memiliki kelebihan asumsi sebagai berikut:

- a. Subjek adalah yang paling tahu tentang dirinya
- b. Apa yang dikatakan oleh subjek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya.
- c. Interpretasi subjek tentang pernyataan – pernyataan yang diajukan sama dengan apa yang dimaksud oleh peniliti.

Selain itu metode skala psikologis digunakan dalam penelitian atas dasar pertimbangan:

- a. metode skala psikologis merupakan metode yang praktis
- b. Dalam waktu yang relative singkat dapat dikumpulkan data yang banyak
- c. Metode skala psikologis merupakan metode yang dapat menghemat tenaga dan ekonomis

Dalam penelitian ini, akan digunakan dua buah skala, yaitu skala kepuasan pelanggan, dan skala loyalitas pelanggan.

- a. Skala Loyalitas Pelanggan

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur Loyalitas Pelanggan adalah skala Loyalitas Pelanggan. Model skala ini menggunakan model skala Likert. Item-item dalam skala ini merupakan pernyataan dengan empat pilihan jawaban, yaitu "sangat setuju (ss), setuju (s), kurang setuju (ks), dan tidak setuju (ts)". Penilaian butir *favourable* bergerak dari angka 1 (tidak setuju), 2 (kurang setuju), 3 (setuju), 4 (sangat setuju). Penilaian butir *unfavourable* bergerak dari angka 1 (sangat setuju), 2 (setuju), 3 (kurang setuju), 4 (tidak setuju).

b. Skala Kepuasan Pelanggan

Skala ukur yang digunakan untuk mengukur Kepuasan Pelanggan adalah skala Kepuasan Pelanggan yang dirancang sendiri oleh peneliti berdasarkan pada ciri-ciri Kepuasan Pelanggan.

Penelitian skala Kepuasan pelanggan berdasarkan format skala likert. Nilai skala setiap pertanyaan diperoleh dari jawaban subjek yang menyatakan mendukung (*favourable*) atau tidak mendukung (*unfavourable*) terhadap semua pertanyaan dalam empat kategori jawaban, yakni "sangat setuju (ss), setuju (s), kurang setuju (ks), dan tidak setuju (ts)". Penilaian butir *favourable* bergerak dari angka 1 (tidak setuju), 2 (kurang setuju), 3 (setuju), 4 (sangat setuju). Penilaian butir *unfavourable* bergerak dari angka 1 (sangat setuju), 2 (setuju), 3 (kurang setuju), 4 (tidak setuju).

F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

1. Validitas

Validitas adalah sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung pada mampu tidaknya alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki dengan tepat (Azwar, 2000). Untuk mengetahui validitas dan realibilitas skala skala kepuasan pelanggan dan skala loyalitas pelanggan akan menggunakan jasa komputer *SPSS versi 17.0 for windows* sehingga didapatkan butir-butir yang memenuhi syarat yang akan digunakan dalam penelitian ini. Untuk menganalisis data dalam penelitian ini, maka digunakan rumus *product moment* yang dikemukakan oleh *Pearson*.

2. Realibilitas

Realibilitas alat ukur menunjukkan derajat konsistensi alat yang bersangkutan, bila diterapkan beberapa kali pada kesempatan yang berbeda (Hadi,2009).

Realibilitas alat ukur yang dapat dilihat dari koefisien realibilitas merupakan indikator konsistensi atau alat kepercayaan hasil ukur, yang mengandung makna kecermatan pengukur (Azwar,2000).

Uji realibilitas alat ukur dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *internal consistency* yang hanya memerlukan satu kali penggunaan tes tunggal pada sekelompok individu sebagai subjek dengan tujuan untuk melihat konsistensi di dalam tes itu sendiri. Teknik ini pandang ekonomis, praktis, dan berefisiensi

tinggi, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi (Azwar, 2000).

G. Hasil Uji Coba Alat Ukur

Uji coba hasil alat ukur kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dilakukan pada mahasiswa fakultas psikologi di Universitas Medan Area dengan jumlah 30 orang.

1. Hasil Uji Coba Skala Kepuasan Pelanggan

Hasil uji coba skala kepuasan pelanggan menghasilkan 41 item yang diterima dari 56 item yang diujicobakan. Indeks item yang memiliki daya beda tinggi bergerak dari $r_{ix} = 0,302$ sampai dengan $r_{ix} = 0,823$.

2. Hasil Uji Coba Skala Loyalitas Pelanggan

Hasil uji coba skala loyalitas pelanggan menghasilkan 32 item yang diterima dari 42 item yang diujicobakan. Indeks item yang memiliki daya beda tinggi bergerak dari $r_{ix}=0,306$ sampai dengan $r_{ix}= 0,864$.

H. Prosedur Penelitian

1. Persiapan Penelitian

a. Pembuatan alat ukur

Pada tahap ini, alat ukur yang terdiri dari skala kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dibuat sendiri oleh peneliti berdasarkan teori yang telah diuraikan sebelumnya. Peneliti membuat 56 item untuk skala kepuasan pelanggan dan 42 item untuk skala loyalitas pelanggan.

b. Permohonan izin

Sebelum peneliti melakukan pengambilan data, terlebih dahulu diawali dengan pengurusan surat izin untuk pengambilan data.

c. Uji coba alat ukur

Uji coba dilaksanakan pada tanggal 3 Agustus 2016.

d. Revisi alat ukur

Setelah peneliti melakukan uji coba alat ukur yang dilakukan pada 30 sampel, peneliti menguji reliabilitas skala kepuasan pelanggan dan skala loyalitas pelanggan dengan menggunakan koefisien reliabilitas Alpha dari Cronbach dengan bantuan aplikasi program *SPSS 17.0 for windows*. Setelah diketahui item-item yang valid, peneliti kemudian menjadikan item-item tersebut sebagai skala yang akan digunakan untuk mengambil data penelitian.

2. Pelaksanaan Penelitian

Pengambilan data penelitian dilaksanakan pada tanggal 5 September. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 64 orang dengan sampel yang berbeda dari sampel uji coba.

3. Tahap Pengolahan Data

Setelah skala terkumpul, maka data hasil penelitian dari skor skala kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan kemudian diolah dan dianalisis dengan bantuan program komputer SPSS 17.0 *for windows*.

I. Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji korelasi *Product Moment Pearson* melalui program *SPSS versi 17.0 for windows*. Alasan peneliti menggunakan uji ini untuk menguji hipotesis hubungan / korelasi antara satu variabel independen dengan satu dependen (Sugiyono 2003).

Sebelum melakukan uji korelasi *Product Moment Pearson* terlebih dahulu penulis melalui uji normalitas dan linearitas. Adapun pengertian uji normalitas dan linearitas, yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi suatu data. Uji normalitas ini dilakukan dengan menggunakan uji *one-sample*

Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan *SPSS for Windows versi 17.0*. Data dikatakan terdistribusi normal jika nilai $p > 0,05$.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan uji F dengan nilai $p < 0.05$ dengan menggunakan bantuan *SPSS versi 17.0 for windows*.

