

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan pada tanggal 18-20 juli 2019. Lokasi penelitian pada *Workshop* PT. Indomobil Trada Nasional Nissan Datsun Pajajaran Bogor yang beralamat di Jalan Pajajaran No.55 RT/RW 04/03 Kelurahan Babakan Kecamatan Bogor Tengah Kota Bogor Jawa Barat Indonesia.

B. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode asosiatif yaitu suatu penelitian yang menghubungkan variabel bebas dan variabel terkait dan informasi yang diperoleh pada lokasi penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis keadaan sebenarnya (Sugiono, 2012:36).

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2012:115).Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *Workshop* Nissan Datsun Pajajaran Bogor yang sudah pernah melakukan *service*/perbaikan kendaraan di *Workshop* Nissan Datsun Pajajaran Bogor atau sudah lebih dari 1(satu) kali *service*,konsumen *Workshop* Nissan

Datsun Pajajaran Bogordari Januari 2010 sampai juni 2019 terhitung sebanyak 22.695 konsumen.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi (Sugiono, 2012:88). Dengan demikian sampel adalah sebagiandari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakilikeseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi. Untuk menghitung ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, dengan persamaan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masihbisa ditolerir; e=0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 22.695 konsumen dari Januari 2010 sampai juni 2019, sehingga presentase

kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{22.695}{1+22.695 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{22.695}{227,95} = 99,56 = 100$$

Jadi, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 99,56 sampel, tetapi dalam penelitian ini penulis menyebar kuesioner kepada 100 sampel (Responden). Sebelum instrumen digunakan dalam penelitian dilakukan uji coba terlebih dahulu, uji coba instrumen untuk melakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Pengujian ini dilakukan melalui kegiatan uji coba instrumen terhadap 30 orang responden. Untuk kegiatan uji coba instrumen tidak diikut sertakan dalam analisis data penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode *Accidental sampling*. *Accidental Sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipergunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui sebagai sumber data.

D. Operasional Variabel

Operasional variabel dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 6.
Operasional Variabel

No.	Variabel	Devinisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Harga (Stanton, 2011)	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian Harga dengan kualitas produk 3. Kesesuaian harga dengan Manfaat 4. Daya Saing Harga	Likert
2.	Kualitas Pelayanan (Kotler, 2012)	Sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspetasi (harapan) pengunjung.	1. Bukti Fisik (Tangibels) 2. Empati (Empaty) 3. Daya Tagkap (Responsiveness) 4. Keandalan (Reliability) 5. Jaminan (Assurance).	Likert
3.	Loyalitas (Griffin, 2010)	Loyalitas adalah komitmen yang kuat dari pelanggan sehingga bersedia melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa yang disukai secara konsisten dan dalam jangka panjang.	1. Melakukan pembelian secara teratur. 2. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing. 3. Merekomendasikan produk.	Likert

E. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dalam penelitian penulis melakukan wawancara, dokumentasi, dan menyebarkan kuesioner.

1. Wawancara, yaitu metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang responden, caranya adalah dengan bercakap-cakap secara tatap muka. Pengumpulan data wawancara ini dilakukan pada saat study pendahuluan.

2. Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan catatan-catatan atau dokumen yang ada dilokasi penelitian.
3. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden. Pengumpulan data angket ini dilakukan saat penelitian.

F. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Skor Kuesioner
 - a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah tingkat yang digunakan untuk menjawab pertanyaan instrumen apakah mampu mengukur apa yang hendak diukur atau dengan kata lain tingkat kemampuan suatu instrumen untuk dapat mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan instrumen tersebut (Teguh Wahyono, 2012:185). Instrumen dikatakan valid jika korelasi dari item-item kuesioner kuat dengan tingkat kesalahan 5%, dan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pengujian pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 20.

Rumus yang digunakan yaitu rumus product momen dari pearson.

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi

N = Jumlah subyek / responden

X= Skor butir

Y= Skor total

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat nilai X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat nilai Y

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah kemantapan atau stabilitas antara hasil pengamatan dengan instrumen atau pengukuran. Jika diumpamakan sebagai barang, maka barang tersebut diamati dalam keadaan tetap, baik pada pengamatan pertama, kedua, ketiga dan seterusnya (Teguh Wahyono, 2012:185). Menurut (Ghozali, 2013:87) Jika nilai alpha > 0.7 artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) sementara jika alpha > 0.80 ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, Jika alpha > 0.90 maka reliabilitas sempurna. Jika alpha antara 0.70 – 0.90 maka reliabilitas tinggi. Jika alpha 0.50 – 0.70 maka reliabilitas moderat. Jika alpha < 0.50 maka reliabilitas rendah. Jika alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel. Rumus reliabilitas, yaitu:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Keterangan:

r_{11} = koefisien reliabilitas Alpha Cronbach

K = Jumlah item pernyataan yang diuji

$\sum S_i$ = Jumlah varian skor tiap-tiap item

S_t = Varian total

2. Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memastikan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal dan dalam model tidak mengandung multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik dilakukan hanya pada analisis regresi linear.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas data digunakan untuk mengetahui normal tidaknya masing-masing variabel penelitian. Dapat dilihat dari *normal probability plot* yang membentuk garis lurus diagonalnya. Jika data menyebar disekitar garis diagonalnya dan mengikuti arah garis diagonalnya/grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi normal. Apabila jauh dari garis diagonalnya/grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear diantara variabel independen dalam model regresi. Selain itu deteksi Multikolinieritas juga bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk mendeteksi multikolinieritas pada suatu model dapat dilihat dengan cara, antara lain:

- 1) Jika nilai tolerance $>0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari $<10,00$ maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolonieritas. Jadi $VIF = 1/Tolerance$ jika $VIF = 10$ Maka $Tolerance = 1/10 = 0,1$. Semakin tinggi VIF maka semakin rendah *Tolerance*.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model 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 maka disebut heteroskedastisitas.

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul di atas atau di bawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik dat sebaiknya tidak berpola.

3. Analisis Data

a. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh

yang terjadi antara variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y). Dengan persamaan berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

- a : Bilangan Konstanta
- b_1, b_2 : Koefisien Regresi
- X_1 : Variabel Kualitas Pelayanan
- X_2 : Variabel Harga
- Y : Variabel Loyalitas Konsumen
- e : Error Measuremen

b. Analisis Korelasi

Analisis Korelasi bertujuan untuk mengetahui adanya derajat hubungan antara Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen. Menggunakan perhitungan analisis korelasi *Product Moment*, dengan rumus sebagai berikut:

$$R_{y.x_1x_2} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r_{x_1x_2}^2}}$$

Dimana:

$R_{y.x_1x_2}$ = Korelasi antara variabel X1 dengan X2 secara bersama-sama Dengan variabel Y

- r^2_{yx1} = Korelasi *Product Moment* antara X1 dengan Y
- r^2_{yx2} = Korelasi *Product Moment* antara X2 dengan Y
- r^2_{x1x2} = Korelasi *Product Moment* antara X1 dengan X2

Tabel 7.
Tabel Nilai Koefisien Korelasi

Kategori	Nilai
Sangat Rendah	0,00-0,19
Rendah	0,20-0,39
Sedang	0,40-0,59
Kuat	0,60-0,79
Sangat Kuat	0,80-1,00

Sumber : Sugiyono (2013:231)

c. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dilakukan untuk mengetahui seberapa pengaruhnya kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen. Dengan menggunakan analisis regresi berganda dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis dengan langkah-langkah dan asumsi sebagai berikut:

1) Hipotesis Statistik secara parsial (Uji t)

Uji statistik t disebut juga uji signifikan individual. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pada akhirnya akan diambil kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Hasil perhitungan akan dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05 atau 5%. dengan

kriteria H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$. Adapun rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_{01} : \beta = 0$ (tidak ada hubungan antara X1 dengan Y)

Tidak ada pengaruh harga secara parsial terhadap loyalitas konsumen.

$H_{a1} : \beta \neq 0$ (terdapat hubungan antara X1 dengan Y)

Ada pengaruh harga secara parsial terhadap loyalitas konsumen.

$H_{02} : \beta = 0$ (tidak ada hubungan antara X2 dengan Y)

Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas konsumen.

$H_{a2} : \beta \neq 0$ (terdapat hubungan antara X2 dengan Y)

Ada pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas konsumen.

2) Hipotesis statistik secara simultan (uji F)

Uji F menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Setelah mendapatkan nilai F_{hitung} , kemudian dibandingkan dengan nilai F_{tabel} dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 atau 5%, dengan kriteria H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$. Adapun rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta = 0$ (tidak ada hubungan antara X1 dan X2 dengan Y)

Tidak terdapat pengaruh antara variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan dengan variabel loyalitas konsumen.

$H_a : \beta \neq 0$ (terdapat hubungan antara X_1 dan X_2 dengan Y)

Terdapat pengaruh antara variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan dengan variabel loyalitas konsumen.

4. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui sejauh mana varian variabel mempengaruhi dan seberapa besar kontribusi harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dihitung terhadap koefisien tertentu. Maka digunakan perhitungan Koefisien Determinasi (K_d), yaitu:

$$K_d = r_{xy}^2 \times 100\%$$

Keterangan:

K_d = seberapa besar perubahan variabel Y yang

Dipengaruhivariabel X

r_{xy}^2 = kuadrat koefisien korelasi ganda.