

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explanatory* (penjelasan), karena penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Dalam hal ini kualitas produk, kualitas layanan dan relationship terhadap loyalitas pelanggan. Singarimbun (2006:32) menambahkan bahwa penelitian *explanatory* adalah “penelitian yang bertujuan menentukan sifat dari hubungan antara satu atau lebih gejala atau variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas”.

Digunakan penelitian *explanatory* ini karena menjelaskan seberapa besar hubungan antara beberapa variabel, dan juga untuk mengetahui secara langsung tentang kebenaran bahwa adanya pengaruh yang nyata antara variabel kualitas produk, kualitas layanan, kualitas hubungan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Variabel dan Pengukuran

a. Variabel

Terdapat dua jenis variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel bebas (*independent variabel*) adalah kualitas produk dengan notasi (X_1), kualitas pelayanan dengan notasi (X_2) dan kualitas hubungan dengan notasi (X_3). Variabel terikat (*dependent variabel*) adalah loyalitas pelanggan dengan notasi (Y).

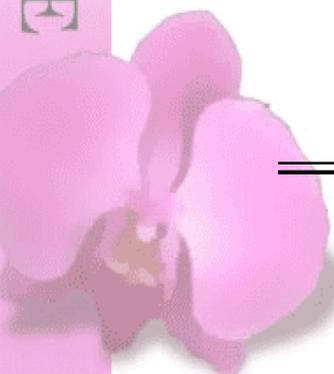
1) Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler, 2007: 49).

Item-itemnya yang terkait dengan produk perusahaan adalah:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
HUBUNGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus Pada Pelanggan PT JAYA ABADI Tuban)

Author: RIKO DEWANTORO CAHYONO PUTRA NPK: K.2013.1.32171

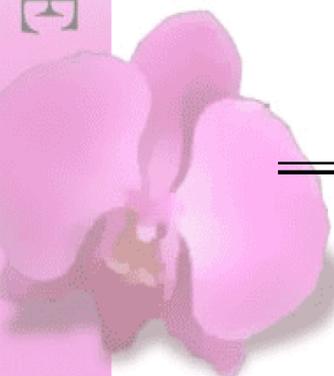


- 9) Kinerja (*performance*) karakteristik operasi dari produk inti (*core product*) yang dibeli.
 - 10) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
 - 11) Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan.
 - 12) Kualitas yang dipersepsikan (*perceives quality*) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.
 - 13) Daya tahan (*durability*) yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan produk.
 - 14) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar- standar yang telah ditetapkan sebelumnya
- 2) Kualitas Layanan (X_2)

Kualitas jasa (pelayanan) sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono dan Chandra, 2005).

Item-itemnya adalah:

- a) Berwujud (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- b) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c) Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas
- d) Jaminan dan kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.



- e) Empati (*emphaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

3) Kualitas hubungan (X_3)

Kualitas hubungan merupakan kegiatan perusahaan dalam menanamkan kepercayaan, kepuasan, dan komitmen yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran yang dapat dilakukan, baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga timbul kesetiaan pelanggan (Morgan dan Hunt dalam Sumariyatn, 2010).

Indikator kualitas hubungan adalah:

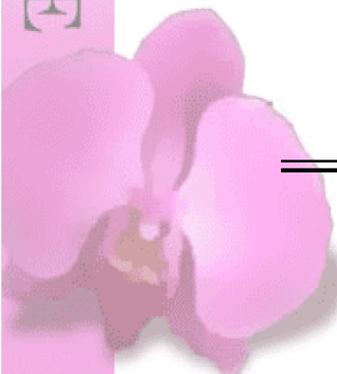
- (4) Hubungan yang harmonis dengan saling memahami peran baik perusahaan maupun pelanggan.
- (5) Hubungan saling menerima berdasar kejelasan dari maksud dan tindakan yang diambil masing-masing pihak (perusahaan dan pelanggan)
- (6) Terpenuhi harapan pelanggan
- (7) Pertimbangan kerugian jika tidak membeli produk perusahaan
- (8) Adanya kemudahan untuk dapat saling berhubungan dengan meniadakan batasan-batasan yang bersifat birokratis maupun administrative
- (9) Adanya keterikatan pelanggan dengan perusahaan terutama dalam mengatasi setiap masalah yang dihadapi.

4) Loyalitas pelanggan (Y)

Loyalitas pelanggan pada penelitian ini difokuskan pada loyalitas pada PT. Jaya Abadi Tuban yaitu kesetiaan pelanggan pada produk-produk PT. Jaya Abadi Tuban.

Indikator variable loyalitas pelanggan adalah:

- a) Ketertarikan pada produk yang dihasilkan PT. Jaya Abadi Tuban
- b) Senang pada PT. Jaya Abadi Tuban
- c) Puas pada PT. Jaya Abadi Tuban



- d) Meningkatkan jumlah pembelian
- e) Loyal pada PT. Jaya Abadi Tuban
- f) Merekomendasikan kepada orang lain

b. Pengukuran

Setelah ditetapkan item-item dalam setiap variabel, maka dilakukan pengukuran terhadap item-item tersebut agar dapat dinilai dan dianalisis. Adapun teknik pengukuran yang digunakan adalah dengan menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* berkaitan dengan item-item atau pertanyaan dengan pilihan jawaban berjenjang mulai dari intensitas paling rendah sampai paling tinggi. Karena pilihan jawaban berjenjang, maka setiap jawaban diberi bobot sesuai dengan intensitasnya. Misalnya terdapat lima pilihan jawaban, intensitas paling rendah diberi nilai 1 (tidak setuju), dan yang tertinggi 5 (sangat setuju).

Pilihan jawaban A “sangat setuju” diberikan skor 5

Pilihan jawaban B “setuju” diberikan skor 4

Pilihan jawaban C “cukup setuju” diberikan skor 3

Pilihan jawaban D “tidak setuju” diberikan skor 2

Pilihan jawaban E “sangat tidak setuju” diberikan skor 1

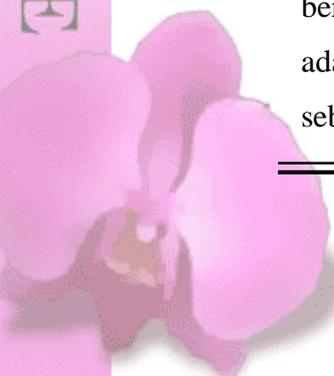
3. Populasi dan Sampel

a. Penetapan Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT. Jaya Abadi Tuban sebanyak 40 pelanggan terhitung Maret 2017, yang terdiri dari Pabrik, toko (supplier) dan perorangan (tengkulak).

b. Penetapan Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012). Populasi tersebut diteliti semua dan sampelnya mengambil seluruh populasi yang ada. Sampel diambil berdasarkan *total sampling*. Menurut Sugiyono (2012), *total sampling* adalah tehnik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.



4. Metode Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan menggunakan instrumen atau alat kuesioner berisi sejumlah pertanyaan tertulis yang terstruktur untuk memperoleh informasi dari responden, baik itu tentang pribadinya maupun hal-hal lain yang ingin diketahui. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. *Metode Angket / Kuesioner*. Metode ini digunakan untuk memperoleh data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian melalui pengisian angket / kuesioner. Angket yang digunakan dalam penelitian ini merupakan angket langsung, yaitu angket yang secara langsung diisi oleh responden. Metode yang digunakan untuk menganalisis alat pengumpul data (angket/kuesioner) adalah dengan melakukan uji validitas (kesahihan) dan reliabilitas (keandalan).

Validitas menunjukkan sejauhmana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur (Singarimbun, 2006:124). Jika yang digunakan sebagai alat pengukur adalah kuisisioner dalam pengumpulan data penelitian, maka kuisisioner yang disusun harus benar-benar dapat mengukur apa yang diukur (variable penelitian). Uji validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara masing-masing pertanyaan suatu variabel dengan total skor dengan menggunakan rumus teknik korelasi 'product moment' yang rumusnya sebagai berikut :

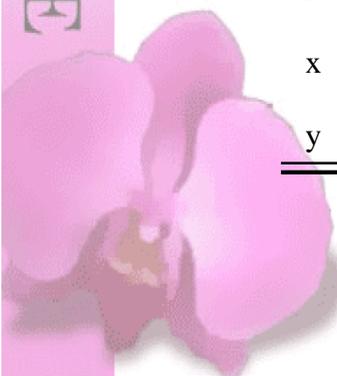
$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n(\sum x^2) - (\sum x)^2)(n(\sum y^2) - (\sum y)^2)}}$$

Dimana :

r = koefisien korelasi

x = skor jawaban tiap item

y = skor total



n = jumlah responden

Dikatakan valid jika koefisien r lebih besar dari r kritis (r tabel) pada taraf signifikan 5% atau sig. r kurang dari 0,05 (Singarimbun, 2006:124).

Uji Reliabilitas adalah untuk mengukur sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya dalam pengumpulan data atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten walaupun digunakan berulang pada waktu yang berbeda. (Singarimbun, 2006:122). Uji reliabilitas ini dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach, dimana suatu instrumen dikatakan handal (reliabel) bila memiliki keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih, teknik yang digunakan dengan rumus :

$$r_i = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \sum \frac{\sigma_b^2}{\sigma^2} \right]$$

r_i = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

σ_b^2 = jumlah varian butir

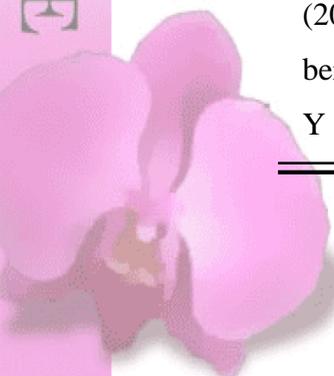
σ^2 = jumlah varian total

5. Metode Analisis

a. Analisis Regresi berganda

Sesuai dengan jenis penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variable bebas terhadap variable terikat adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk mencari bentuk pengaruh secara bersama-sama maupun sendiri-sendiri antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Arikunto (2012:162) merumuskan regresi ganda dengan dua prediktor sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$



Keterangan :

- Y : Variabel loyalitas pelanggan
- X₁ : Variabel kualitas produk
- X₂ : Variabel kualitas layanan
- X₃ : Variabel kualitas hubungan
- a : Bilangan konstanta
- b₁ : Koefisien regresi variable kualitas produk
- b₂ : Koefisien regresi variable kualitas layanan
- b₃ : Koefisien regresi variable kualitas hubungan

Ketepatan fungsi regresi dalam penafsiran nilai aktual dapat diukur dengan:

b. Uji F

Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara variabel dependen dengan variabel independen maka digunakan uji F yang bertujuan untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

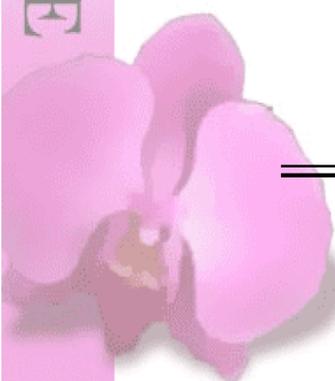
Rumus uji F (Cooper dan Emory, 2006:125) adalah:

$$F = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(N-K-1)}$$

Dimana:

- F : Rasio
- K : Jumlah peubah bebas
- R : Koefisien korelasi
- N : Banyaknya sampel

Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:



- (1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau signifikan $F \leq 0,05$ maka hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima.
- (2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau signifikan $F > 0,05$ maka hipotesis nol diterima dan hipotesis alternatif ditolak

c. Uji t

Pada penelitian ini dilakukan uji t yang fungsinya adalah untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas X (secara parsial) dengan variabel terikat (Y), uji tersebut dilakukan dengan rumus (Cooper dan Emory, 2006:124) sebagai berikut:

$$t = \frac{b}{S_b}$$

Keterangan:

b : parameter estimasi variabel

S_b: standart error

Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau signifikan $t \leq 0,05$ maka hipotesis nol di tolak dan hipotesis alternatif diterima.
- 2) Jika $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$, atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, atau signifikan $t > 0,05$ maka hipotesis nol diterima dan hipotesis alternatif ditolak.

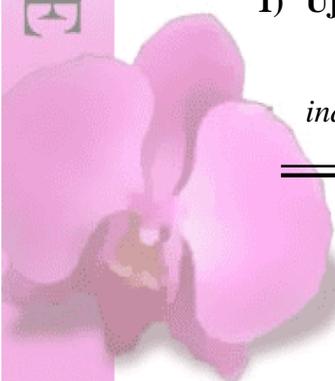
Jika hipotesis nol ditolak, berarti dengan taraf kesalahan sebesar 5%, variabel independen yaitu X yang diuji secara nyata berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Y.

d. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah hasil regresi yang dihasilkan bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), artinya koefisien regresi pada persamaan regresi yang ditemukan tidak terjadi penyimpangan yang berarti, maka dilakukan uji asumsi klasik sebagai berikut:

1) Uji Multikolonieritas

Pada hakekatnya *multikolinearity* adalah suatu kondisi dimana antara *independent variabel* dalam satu persamaan regresi tidak saling bebas



secara sempurna. Uji *multikolinearity* dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linear yang sempurna atau pasti diantara semua variabel yang terdapat dalam model regresi. Untuk mengetahui ada tidaknya *multikolinearity* dalam suatu model regresi dapat dilihat dari beberapa kondisi yang harus dipenuhi sebagai berikut (Gozali,2006:56):

- 1) *Multikolinearity* terjadi bila nilai VIF (*varian inflating factor*) lebih besar dari 10.
- 2) *Multikolinearity* terjadi bila nilai *tolerance* yang diperoleh dari hasil perhitungan kurang dari 0,1.

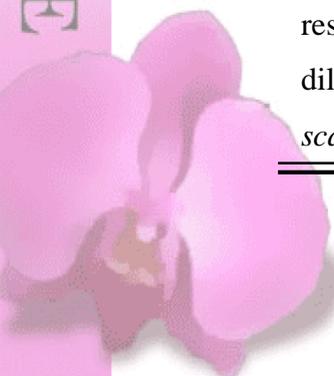
2) Normalitas

“Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak” (Gozali, 2006:76). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Metode yang digunakan adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3) Uji Heterokedastisitas

“Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi yang ditemukan terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain” (Gozali, 2006:70). Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heterokedastisitas pada model regresi menurut Gozali (2006:70) adalah:

Melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat dan tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang



telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi $- Y$ sesungguhnya) yang telah di-*studentized*.

Pengertian di atas menjelaskan bahwa jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit atau membentuk bentuk yang lain), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

