



BAB III

METODE PENELITIAN



Hak cipta dimiliki IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Obyek Penelitian

Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan kartu prabayar IM3 Ooredoo. Dengan subyek penelitian adalah para pengguna kartu prabayar IM3 Ooredoo di Bekasi kota Harapan Indah. Periode penelitian dilakukan 2017 tepatnya mulai bulan Januari 2017 – Juli 2017.

B. Desain Penelitian

Menurut Siregar (2015:21), di setiap permulaan studi riset, setiap orang menghadapi tugas untuk memilih desain spesifik yang akan digunakan. Ada banyak pendekatan desain yang berbeda-beda yang tersedia, namun tidak ada sistem klasifikasi sederhana yang menjabarkan keseluruhan variasi yang harus dipertimbangkan. Pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini bila ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda yaitu:

1. Berdasarkan tingkat perumusan masalah

Penelitian ini merupakan studi formal, karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.

2. Berdasarkan metode pengumpulan data

Penelitian ini dilakukan secara survei, menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden dengan mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya dari pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut. Data yang dihasilkan dapat berasal dari daftar isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian ini.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Berdasarkan pengendalian variabel-variabel oleh peneliti

Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto*, di mana penulis dibatasi dengan memberikan faktor-faktor konstan untuk memilih subjek-subjek secara cermat sesuai dengan prosedur-prosedur pengambilan sampel.

4. Berdasarkan tujuan penelitian

Penelitian ini termasuk dalam studi kausal, karena bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

5. Berdasarkan dimensi waktu

Penelitian ini menggunakan *cross-sectional*, yaitu studi yang dilaksanakan satu kali dan mencerminkan gambaran dari suatu keadaan pada suatu saat tertentu.

6. Berdasarkan ruang lingkup topik bahasan

Penelitian ini menggunakan studi statistik, karena hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik.

7. Berdasarkan lingkungan penelitian

Penelitian ini tergolong sebagai kondisi lingkungan aktual (*field conditions*), karena subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya (bukan simulasi).

8. Berdasarkan persepsi subjek

Dalam penelitian ini persepsi subjek yang diusahakan adalah subjek tidak merasa ada penyimpangan dari situasi sehari-hari sampai subjek merasa ada penyimpangan, tetapi tidak dikaitkan dengan penelitian.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan survey. Penelitian deskriptif ini bertujuan membuat gambaran mengenai variabel-variabel penelitian serta menarik suatu kesimpulan. Pendekatan survey dilakukan untuk mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



berisi sejumlah pertanyaan mengenai pengaruh produk dan harga terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan kartu Prabayar IM3 Ooredoo.

C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasi

Variabel penelitian dalam skripsi ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen dari penelitian ini adalah loyalitas konsumen, sedangkan variabel independennya adalah produk dan harga yang merupakan bagian dari bauran pemasaran. Definisi operasional ini akan dijelaskan secara mendalam mengenai batasan dari tiap variabel yang digunakan.

1. Produk (X1)

Tabel 3.1
Operasional Variabel Produk

Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas produk	1) Kualitas sinyal bagus 2) Rendahnya tingkat Gangguan jaringan 3) Jangkauan sinyal yang Luas	Interval
Pemerekan produk	Citra merek yang baik	Interval
Fitur produk	1) Masa aktif kartu yang panjang 2) Bonus Paket internet 3) Tersedianya paket-paket internet, telfon dan sms	Interval
Gaya produk	Kemasan dan bentuk kartu Prabayar yang rapi dan simpel	Interval

2. Harga (X2)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.2

Operasional Variabel Harga

Dimensi	Indikator	Skala
Penetapan harga	1) Penetapan harga yang terjangkau 2) Harga jual <i>voucher</i> isi ulang yang Bervariasi	Interval
Diskon	Potongan harga pembelian	Interval
Harga promosi	harga promosi paket internet, telfon, dan sms.	Interval

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Loyalitas (Y)

Tabel 3.3

Operasional variabel loyalitas

Dimensi	Indikator	Skala
Perilaku pembelian Kembali	Konsumen melakukan pembelian kembali produk	Interval
Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing	Konsumen tidak akan beralih menggunakan merek yang lain	Interval
Rekomendasi positif	Konsumen akan merekomendasikan serta mempromosikan merek	Interval

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel akan dilakukan dengan *non probability sampling*.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pendekatan yang digunakan adalah *judgment sampling*, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan adalah responden penelitian merupakan para pengguna kartu prabayar IM3 Ooredoo yang berada di kota Harapan Indah Bekasi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik komunikasi dengan instrumen kuesioner. Teknik komunikasi dengan instrumen kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan mereka akan memberi respon terhadap daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup, yaitu pertanyaan yang telah disusun sebelumnya beserta alternatif jawaban yang sudah ditetapkan.

F. Teknik Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuesioner, maka penulis mengolah data tersebut untuk dianalisis agar menjadi informasi yang berguna untuk menjawab masalah yang ada. Alat bantu berupa software komputer yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS 20.0 dan aplikasi Lisrel yaitu WARP PLS yang merupakan Alat ukur data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Analisis Deskriptif



Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik responden

berdasarkan pertanyaan mengenai jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendidikan.

Analisis profil dilakukan dengan menghitung persentase dengan rumus :

$$p = \frac{fi}{\sum fi} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu

Fi = Banyaknya responden yang menjawab satu jenis jawaban tertentu

$\sum fi$ = Jumlah total responden

a. Rata-Rata Hitung

Setelah kuesioner dikumpulkan, maka dilakukan perhitungan untuk mengetahui tingkat rata-rata respon konsumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\bar{X} = \sum \frac{Fi \cdot Xi}{n}$$

Keterangan:

\bar{X} = skor rata-rata

Fi = frekuensi pemilihan nilai

Xi = skor 1,2,3,4,5

n = jumlah yang digunakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



b. Rentang Skala

Skala likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pertanyaan pada skala 5 titik dengan susunan sebagai berikut :

Skor	Skala peringkat
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Ragu
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Rumus yang digunakan:

$$\bar{X} = \sum \frac{F_i \cdot X_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{X} = Skor rata-rata

F_i = Frekuensi pemilihan nilai

X_i = Skor (1,2,3,4,5)

n = Jumlah data yang digunakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hasil dari rata-rata tersebut kemudian dipetakan ke rentang skala yang
mempertimbangkan informasi interval berikut :

$$Rs = \frac{m - 1}{m}$$

Keterangan:

Rs = Rentang skala

m = Jumlah skala

sehingga rentang skala yang di dapat adalah :

$$Rs = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dalam setiap pertanyaan, skor nilai terendah 1 (satu) dan nilai tertinggi adalah 5 (lima) dari lima kategori penelitian. Maka rentang skala untuk penelitian data tersebut adalah :

1,00 – 1,80 → Sangat tidak baik / Sangat tidak terjangkau / Sangat tidak loyal

1,81 – 2,60 → Tidak baik / tidak terjangkau / tidak loyal

2,61 – 3,40 → Cukup baik / cukup terjangkau / cukup loyal

3,41 – 4,20 → Baik / Terjangkau / loyal

4,21 – 5,00 → Sangat baik / sangat terjangkau / sangat loyal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Analisis SEM (*Structural Equation Modeling*)

Analisis SEM atau evaluasi model structural *Structural equation modeling*, yang selanjutnya akan disebut SEM, adalah suatu teknik modeling statistik yang bersifat sangat cross sectional, linear dan umum. Termasuk dalam SEM ini ialah analisis faktor (*factor analysis*), analisis jalur (*path analysis*) dan regresi (*regression*). Definisi lain menyebutkan *structural equation modeling* (SEM) adalah teknik analisis multivariat yang umum dan sangat bermanfaat yang meliputi versi-versi khusus dalam jumlah metode analisis lainnya sebagai kasus-kasus khusus.

Definisi berikutnya mengatakan bahwa *Structural equation modeling* (SEM) merupakan teknik statistik yang digunakan untuk membangun dan menguji model statistik yang biasanya dalam bentuk model-model sebab akibat. SEM sebenarnya merupakan teknik hibrida yang meliputi aspek-aspek penegasan (*confirmatory*) dari analisis faktor, analisis jalur dan regresi yang dapat dianggap sebagai kasus khusus dalam SEM.

Sedikit berbeda dengan definisi-definisi sebelumnya mengatakan *structural equation modeling* (SEM) berkembang dan mempunyai fungsi mirip dengan regresi berganda, sekapun demikian nampaknya SEM menjadi suatu teknik analisis yang lebih kuat karena mempertimbangkan pemodelan interaksi, nonlinearitas, variabel-variabel bebas yang berkorelasi (*correlated independents*), kesalahan pengukuran, gangguan kesalahan-kesalahan yang berkorelasi (*correlated error terms*), beberapa variabel bebas laten (*multiple latent independents*) dimana masing-masing diukur dengan menggunakan banyak indikator, dan satu atau dua variabel tergantung laten yang juga masing-masing diukur dengan beberapa indikator. Dengan demikian menurut definisi ini SEM dapat digunakan alternatif lain yang lebih kuat dibandingkan dengan menggunakan regresi berganda., analisis jalur, analisis faktor, analisis time series, dan analisis kovarian.



a) Penilaian Model Pengukuran

Measurement model adalah bagian dari model SEM yang terdiri dari variabel laten (konstruk) dan beberapa variabel manifes (indikator). Tujuan pengujian adalah untuk mengetahui apakah variabel-variabel manifes valid dan realibel sebagai indikator dari variabel laten yang ada.

Adapun variabel laten dan banyaknya indikator dalam penelitian ini adalah :

1. Produk (8 indkator)
2. Harga (4 indkator)
3. Loyalitas (3 indikator)

1) Uji Validitas

Dalam melakukan uji validitas dapat dilakukan dengan uji t atau P value yang mana $t \text{ uji} > 1,96$ atau $P \text{ value} < 0,05$ yang menunjukkan bahwa indikator valid. Pengujian validitas untuk indikator reflektif menggunakan korelasi antara skor item dengan skor konstruknya. Pengukuran dengan indikator reflektif menunjukkan adanya perubahan pada suatu indikator dalam suatu konstruk jika indikator lain pada konstruk yang sama berubah (atau dikeluarkan dari model). Indikator reflektif cocok digunakan untuk mengukur persepsi sehingga penelitian ini menggunakan indikator reflektif. Dengan asumsi tertentu, analisis pemodelan kemudian memperluas konsep validitas. Validitas konvergen (memusat atau fokus) bisa dibuktikan melalui satu konstruk ukur saja, misalnya melalui nilai muatan faktor yang tinggi. Konvergen dalam hal ini ditujukan untuk menggambarkan hubungan alat ukur yang mengukur atribut yang sama.

2) Uji Reliabelitas Konstruk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Koefisien ini merupakan koefisien konsistensi internal yang mendekati nilai koefisien konsistensi internal Cronbach. Koefisien reliabilitas ini cocok untuk pengukuran konjenerik yang mengasumsikan bahwa presisi dan skala ukur antar *item* memiliki perbedaan (Joreskog, 1971). Faktor loading diharapkan 0,7 agar dapat dinyatakan reliabel dengan rumus:

$$CR = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum e_i}$$

Keterangan:

λ = nilai t

e = nilai error

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Penilaian Model Structural

Pada model struktural akan dilakukan pengujian hipotesis penelitian dengan variabel eksogenya adalah produk dan harga, sedangkan variabel endogenya adalah loyalitas.

Adapun hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : Produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

H2 : Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

Kriteria keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut :

Tolak Ho jika P- value < 0,05. Hal ini berarti Hipotesis terbukti.

Tidak tolak Ho jika P-value > 0,05. Hal ini berarti Hipotesis tidak terbukti.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.