

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif deskriptif. Strategi asosiatif menurut Sugiyono (2012:11) adalah bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih di mana dalam penelitian ini ada 4 variabel yaitu 2 variabel *exogenous* dan variabel 2 *endogenous*, di mana variabel *exogenous* adalah kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) sedangkan variabel *endogenous* adalah kepuasan pelanggan (Y) dan loyalitas pelanggan (Z). Deskriptif menurut Sugiyono (2016:23) adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:80), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek atau beberapa obyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dapat ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasinya adalah pelanggan baru atau pelanggan yang pernah datang dan datang kembali ke Klinik Terapi Tradisional di Rawamangun. yang jumlahnya tidak di ketahui maka dari itu peneliti menggunakan rumus MOE dan ditarik jumlahnya sebanyak 100 orang. Penelitian di lakukan di Klinik Terapi Tradisional Bioenergy Solution Center Di Rawamangun di Jl. Tongkol No. 1A, Rawamangun Jakarta Timur.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017:81). Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Dalam penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti maka digunakan **Rumus MOE** (*Margin Of Error*).

$$n = \frac{z^2}{4(\text{moe})^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04 \text{ atau } 97$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

z = nilai Z dengan tingkat keyakinan tertentu. Dalam penelitian ini tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95%. Sehingga nilai Z=1,96

moe = margin of error atau kesalahan maksimum yang dapat di toleransi (dalam penelitian ini adalah 10%)

Setelah dilakukan penelitian menggunakan probability sampling maka jumlah sampel yang dapat mewakili jumlah populasi sebanyak 97 pelanggan atau menjadi 100 pelanggan .

3.3 Data Dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data

Data merupakan suatu fakta -fakta mentah kemudian dikelola dan menghasilkan suatu informasi yang penting.(Indrajani, 2015:69).Sumber data yang di lakukan penelitian adalah Data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang di per oleh secara langsung dari sumber data yang berupa opini, subyek dan hal mendukung lainnya.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk jadi dan telah di olah oleh pihak lain. penelitian.

3.3.2 Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara kuesioner dan angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien agar peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan. Melalui dua cara sebagai berikut :

1. Riset Kepustakaan

Untuk mendapatkan gambaran mengenai kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan atau konsumen dan loyalitas pelanggan, peneliti membaca buku yang dijadikan referensi. Buku-buku tersebut diperoleh peneliti dari perpustakaan. Sumber-sumber kepustakaan. yang berhubungan dengan manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

2. Riset Lapangan

Pengambilan data yang dilakukan mendapatkan informasi secara langsung dari objek penelitian yaitu Pelanggan Klinik Terapi Tradisional Di Rawa mangun.

Jakarta timur 13220. Dalam hal ini peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data di antaranya sebagai berikut :

1. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang paling umum digunakan dalam studi lapangan atau survei dan merupakan daftar pernyataan tertulis yang akan dijawab oleh pelanggan klinik terapi tradisional di Rawamangun.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2017: 39) Variabel penelitian didefinisikan sebagai atribut, sifat atau nilai orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel yang dapat mengidentifikasi sebagai berikut :

1. Variabel eksogen (*exogenous*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan dan timbulnya variabel terikat (endogen), baik secara positif maupun secara negatif. Pada penelitian ini terdapat dua variabel eksogen yakni, (X_1) adalah variabel kualitas pelayanan, dan (X_2) adalah variabel harga.
2. Variabel endogen (*endogenous*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Di dalam penelitian ini ada dua variabel endogen yakni, variabel kepuasan pelanggan (Y) dan variabel loyalitas pelanggan (Z).

3.4.1 Operasional variabel

Operasional variabel merupakan penjabaran mengenai indikator dan sub indikator, indikator dan sub indikator tercantum dalam tabel di bawah ini :

Tabel 3.1
Indikator dan Sub Indikator Untuk Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. item
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Berwujud	• Penataan ruangan terapi	1
		• Kebersihan ruangan	2
		• Fasilitas lengkap (kursi, kasur terapi, Ace, toilet)	3
	Kehandalan	• Penanganan keluhan pelanggan	4
		• Mengetahui masalah yang telah dialami setiap pelanggan	5
		• Ketepatan waktu pada janji yang diberikan	6
	Ketanggapan	• Ketepatan pelayanan	7
		• Kecepatan pelayanan	8
	Jaminan	• Memahami kebutuhan pelanggan	9
		• Pengetahuan terapis tentang jasa yang ditawarkan	10
	Empati	• Kesiediaan terapis membantu pelanggan	11
		• Perhatian kepada pelanggan	12

Tabel 3.2
Indikator dan Sub Indikator Untuk Variabel Harga

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No item
Harga (X ₂)	Kesesuaian harga dengan kualitas Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> • Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan 	1
		<ul style="list-style-type: none"> • Harga ditawarkan sesuai dengan kualitas yang di dapatkan pelanggan 	2
		<ul style="list-style-type: none"> • Perbandingan kualitas berdasarkan harga 	3
	Daya saing harga	<ul style="list-style-type: none"> • Perbandingan harga 	4
		<ul style="list-style-type: none"> • Perbandingan harga berdasarkan kualitas jasa 	5
		<ul style="list-style-type: none"> • Harga yang bersaing 	6
	Kesesuaian harga dengan manfaat	<ul style="list-style-type: none"> • Harga sesuai dengan manfaat yang dirasakan 	7

Tabel 3.3
Indikator dan Sub Indikator Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
Kepuasan Pelanggan (Y) Tjiptono (2014)	Kesesuaian Harapan	Produk yang diperoleh sesuai harapan atau kebutuhan	1
		Pelayanan yang diberikan sesuai harapan	2
		Fasilitas penunjang lengkap	3
	Minat Berkunjung Kembali	Pelayanan yang diberikan memuaskan	4
		Produk atau jasa mempunyai nilai atau manfaat	5
		Petugas melakukan pelayanan dengan tepat	6
	Kesediaan Merekomendasikan	Merekomendasikan karena pelayanan yang memuaskan	7
		Merekomendasikan karena produk atau jasa berkualitas	8

Tabel 3.4
Indikator dan Sub Indikator Untuk Variabel Loyalitas Pelanggan

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
Loyalitas Pelanggan (Z) Tjiptono (2016)	Melakukan Pembelian Ulang	Melakukan transaksi berulang-ulang secara teratur	1
	Melakukan Pembelian Jasa Lainnya	Membeli produk atau jasa lainnya	2
	Memberikan Referensi Kepada Orang Lain	Merefrensikan kepada orang lain	3
	Setia Pada Suatu Perusahaan	Menunjukkan kesetiaan terhadap tarikan pesaing	4

Dalam mengukur instrumen variabel yang akan diteliti, dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017: 93). Di mana jawaban pada setiap item instrumen mempunyai bobot dan nilai seperti yang tercantum pada tabel di bawah ini :

Tabel 3.5
Skala Likret Untuk Penelitian

No.	Kriteria	Skor
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2015)

Pernyataan-pernyataan kuesioner dalam penelitian di atas kemudian diuji, dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian.

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013:267) validitas adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh penelitian. Dengan demikian data yang valid adalah data yang harus sama atau tidak boleh berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesuai dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini validitas dilakukan menggunakan Stastical Program For Science (SPSS) untuk melihat valid atau tidaknya

Syarat kevaliditasan suatu item adalah apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikan (0,30) maka instrumen itu dianggap valid dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dianggap tidak valid. Setelah perhitungan dilakukan, maka dasar keputusan untuk kevaliditasan pernyataan di atas adalah sebagai berikut:

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur apakah konsisten dan dapat diandalkan atau tidak jika dilakukan pengukuran berulang. dalam penelitian ini reliabilitas di lakukan menggunakan Statistical Program For Sciensce (SPSS) untuk melihat reliabel atau tidaknya.

Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas dan yang diuji merupakan pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid. Koefisien reliabilitas yang besarnya antara 0.50 - 0.60. Dalam penelitian ini peneliti memilih 0.60 sebagai koefisien reliabilitas. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai koefisien reliabilitas > 0.60 maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrumennya adalah reliabel atau dapat dipercaya.
- 2) Jika nilai koefisien reliabilitas < 0.60 maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliabel atau tidak di percaya.

3.5 Metoda Analisis Data

3.5.1 Metoda Pengolahan Data

Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengolahan data menggunakan komputer dengan Stastical Program For Sciensce (SPSS) versi 26. Hal ini dilakukan agar mempermudah dalam mengolah data statistik dengan lebih cepat dan tepat.

3.5.2 Metoda Penyajian Data

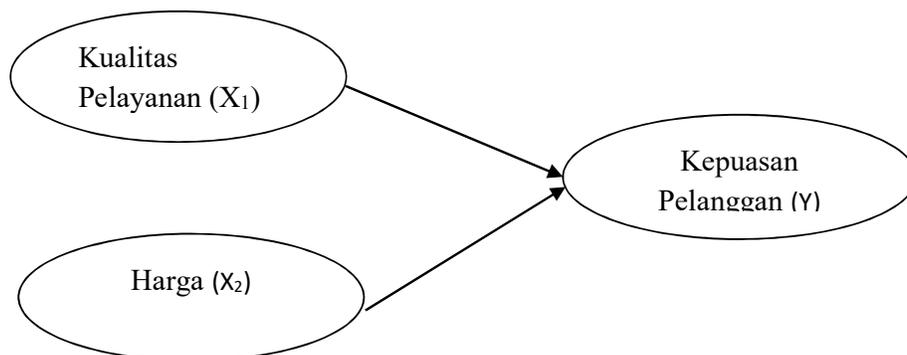
Dalam penelitian ini, peneliti menyajikan datanya yaitu dalam bentuk tabel agar mempermudah peneliti menganalisis dan memahami data, sehingga data yang disajikan lebih sistematis.

3.5.3 Analisis Statistik Data

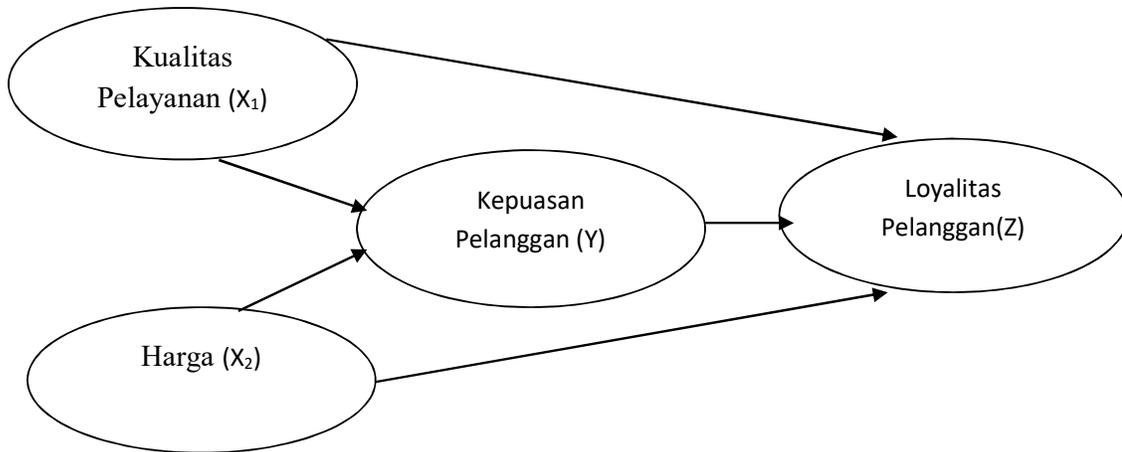
Analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur atau (*path analysis*). Dalam analisis jalur ini pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dapat berupa pengaruh langsung dan tidak langsung atau (*direct* dan *indirect effect*), atau dengan kata lain analisis jalur memperhitungkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung. Secara sistematis, analisis jalur mengikuti pola model struktural. Persamaan struktural atau juga disebut model struktural yaitu apabila setiap variabel endogen (Y) secara unik keadaan ditentukan oleh seperangkat variabel eksogen (X). Dalam penelitian ini variabel endogen yaitu Kepuasan pelanggan (Y) dan loyalitas pelanggan(Z), sedangkan variabel eksogen yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2).Selanjutnya persamaan analisis jalur dapat di lihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 3.1

Model Diagram Jalur Persamaan Struktural 1



Gambar 3.2
Model Diagram Jalur Persamaan Struktural 2



Jalur di atas tersebut terdiri dari 2 persamaan struktural, yaitu di mana X_1 dan X_2 adalah variabel eksogen, sedangkan Y dan Z adalah variabel endogen. Adapun rumus persamaan strukturalnya dapat dilihat di bawah ini :

- Persamaan struktural 1

$$Y = \beta_{YX_1} X_1 + \beta_{YX_2} X_2 + e_1$$

- Persamaan struktural 2

$$Z = \beta_{ZX_1} X_1 + \beta_{ZX_2} X_2 + \beta_{ZY} Y + e_2$$

Keterangan :

β = Koefisien jalur

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Harga

Y = Kepuasan Pelanggan

Z = Loyalitas Pelanggan

e_1 dan e_2 = Error

3.6 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis sering digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antar variabel independen dan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) atau model yang telah dibuat. Hasil dari korelasi antar konstruksi diukur dengan melihat *path coefficients* dan tingkat signifikannya. lalu kemudian akan dibandingkan dengan hipotesis penelitian. Untuk melihat hasil uji hipotesis secara simultan *Path coefficient* digunakan untuk mengetahui seberapa besar nilai masing-masing koefisien jalur.

Suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak, dengan melihat statistik yang dapat dihitung melalui tingkat signifikansinya, tingkat signifikan statistik yang dipakai dalam penelitian ini sebesar 10% dengan tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. *p-value* atau probabilitas value (nilai probabilitas/nilai peluang) yaitu, dengan nilai yang menunjukkan peluang untuk sebuah data yang digeneralisasikan dalam populasi, yaitu dengan keputusan yang benar nilainya 95% dan kemungkinan keputusan yang salahnya sebesar 5%.

1. Pengaruh X_1 terhadap Y

$H_0 : \beta_{y_1x_1} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan)

$H_a : \beta_{y_1x_1} \neq 0$ (Terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan)

2. Pengaruh X_2 terhadap Y

$H_0 : \beta_{y_1x_2} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan)

$H_a : \beta_{y_1x_2} \neq 0$ (Terdapat pengaruh langsung yang signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan)

3. Pengaruh X_1 terhadap Z

$H_0 : \beta_{y_2x_1} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan)

$H_a : \beta_{y_2x_1} \neq 0$ (Terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan)

4. Pengaruh X_2 terhadap Z

$H_0 : \beta_{y_2x_2} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan harga terhadap loyalitas pelanggan)

$H_a : \beta_{y_2x_2} \neq 0$ (Terdapat pengaruh langsung yang signifikan harga terhadap loyalitas pelanggan)

5. Pengaruh Y terhadap Z

$H_0 : \beta_{y_2y_1} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan)

$H_a : \beta_{y_2y_1} \neq 0$ (Terdapat pengaruh langsung dan signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan)

Untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsungnya variabel eksogen dan variabel endogen, dapat dilihat pada kriteria di bawah ini :

1. H_0 di tolak dan H_a di terima ,jika signifikan $t < 0,05$
2. H_0 di tolak dan H_a di terima ,jika signifikan $t > 0,05$