

BAB III

METODA PENELITIAN

Metoda penelitian adalah suatu cara yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya yang dibandingkan dengan standar ukuran yang telah ditentukan. Sesuai dengan apa yang di kemukakan oleh Chalid naruko bahwa metode penelitian adalah cara melakukan suatu dengan menggunakan pikiran seksama untuk mencapai suatu tujuan dengan mencari, mencatat, merumuskan dan menganalisis sampai menyusun laporan.

3.1 Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan adalah strategi asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara antar variabel. Strategi ini dimaksudkan agar dapat memberikan penjelasan mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan yang merupakan variabel bebas dengan loyalitas pelanggan yang merupakan variabel terikat.

Metoda penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda survei, dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Metoda survei dipilih untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan dengan loyalitas pelanggan.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada warga DKI Jakarta yang pernah menggunakan aplikasi traveloka. Peneliti ingin mengetahui apakah Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan mempengaruhi terhadap Loyalitas Pelanggan pada konsumen di wilayah tersebut. Dipilih lokasi tersebut juga dikarenakan Pandemi Covid-19 yang tidak memungkinkan peneliti untuk melakukan penelitian lebih jauh dikarenakan adanya peraturan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat di wilayah pulau Jawa-Bali.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian merupakan wilayah yang ingin diteliti oleh peneliti. "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

"Pendapat di atas menjadi salah satu acuan bagi peneliti untuk menentukan populasi. Populasi yang akan digunakan sebagai penelitian adalah masyarakat yang menggunakan aplikasi traveloka untuk melakukan perjalanan.

Sugiyono (2019: 126) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah warga DKI yang pernah menggunakan aplikasi traveloka.

3.3.2 Sampling dan Sampel Penelitian

Metode penentuan sampel yang digunakan adalah Probability sampling dengan jenis sampel yaitu Cluster Sampling (Area Sampling). Teknik sampling daerah digunakan untuk menentukan sampel bila obyek yang diteliti atau sumber data sangat luas. Yang menjadi pertimbangan peneliti dalam penelitian ini adalah warga DKI yang pernah menggunakan traveloka. (Sugiyono, 2019: 131)

Karena populasi yang ingin diteliti cukup besar dan keterbatasan waktu maka dari itu peneliti mengambil sampel dari populasi tersebut. Dan sampel yang diambil harus benar-benar mewakili populasi yang ada. Tetapi karena pandemi Covid-19 dan tidak memungkinkannya untuk melakukan pengumpulan data secara langsung, maka tidak dapat diketahui secara pasti berapa banyak warga DKI yang pernah menggunakan aplikasi traveloka saat ini, terutama yang melakukan perjalanan secara online di traveloka karena angka tidak diketahui secara pasti, maka sampel penelitian menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

n : Ukuran sampel

Z : Skor pada signifikan tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%)
maka $Z = 1,92$

Moe : *Margin Of Error*, tingkat kesalahan maksimum sebesar 10%

Maka dengan menggunakan rumus di atas, diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,92)^2}{4 / (10\%)^2} = 92,16 \quad \rightarrow \quad \text{dibulatkan menjadi } 92$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 92 responden dilingkungan warga DKI Jakarta yang melakukan pembelian tiket perjalanan di Traveloka.

3.4 Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.4.1 Data

Pada bagian ini akan membahas tentang data yang diperlukan dalam penelitian. Adapun data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data primer. Data primer adalah data yang diperoleh seorang peneliti secara langsung dari obyeknya. Data primer adalah data yang diperoleh dengan cara meminta keterangan dari pelanggan traveloka yang bersangkutan.

Karena penelitian langsung dilaksanakan dan hasilnya diambil melalui sampel secara langsung yaitu warga pengguna Traveloka di lingkungan warga DKI Jakarta.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yaitu teknik penggunaan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan pertanyaan tertulis kepada responden yang diteliti dengan harapan responden

dapat memberikan respon terhadap daftar pertanyaan tersebut. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert.

Skala Likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu obyek atau fenomena tertentu. Pertanyaan dalam kuisisioner dibuat menggunakan skala 1 – 4 untuk mewakili pendapat responden.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel dibuat agar penelitian dapat lebih mudah dipahami oleh setiap pembaca tulisan ini, sekaligus untuk menghindari terjadinya salah pengertian atau kekeliruan dalam mengartikan variabel yang diteliti, selain itu juga berguna sebagai kerangka acuan untuk mendeskripsikan permasalahan yang hendak diungkap.

Pada penelitian ini terdapat tiga variabel bebas (*independent variable*) dan satu variabel terikat (*dependent variable*). Sebagai variabel bebas yang pertama adalah Kualitas Pelayanan yang dinotasikan dengan X_1 sebagai variabel bebas yang kedua adalah Kepuasan Pelanggan yang dinotasikan dengan X_2 dan Kepercayaan yang dinotasikan dengan X_3 . Adapun yang menjadi variabel terikat adalah Loyalitas Pelanggan yang dinotasikan dengan Y .

Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Variabel Penelitian

No	Variabel	Indikator	No. Item
1.	Kualitas pelayanan (X_1) Sumber: Arief (2020)	Fasilitas fisik (tangible)	1
		Reabilitas (reliability)	2
		Responsivitas (responsiveness)	3
		Kompetensi (competency)	4
		Tata karma (courtesy)	5
		Kredibilitas (credibility)	6
		Keamanan (security)	7

		Akses (access)	8
		Komunikasi (communication)	9
		Perhatian pada pelanggan (understanding the customer)	10
2.	Kepuasan pelanggan (X ₂) Sumber: Arief (2020)	Kualitas pelayanan	1
		Kualitas produk	2
		Emosional	3
		Quality image (citra mengenai kualitas)	4
		Order fulfillment (pemenuhan pesanan)	5
		Inside customer service support (dukungan bagian pelayanan pelanggan)	6
		Delivery service (penyampaian pelayanan)	7
		Reporting and billing (laporan dan penagihan)	8
		Outside sales person support (dukungan bagian pemasaran)	9
		Recommendation (rekomendasi)	10

3.	Kepercayaan (X ₃) Sumber: Katerina (2021) dan Mowen (2012)	Probability	1
		Equity	2
		Reability	3
		Konsisten dalam kualitas	4
		Mengerti keinginan konsumen	5
		Kepercayaan konsumen	6
4.	Loyalitas Pelanggan (Y) Sumber: Griffin (2016)	Pembelian berulang	1
		Membeli antarlini produk dan jasa	2
		Mereferensikan kepada orang lain	3
		Kekebalan terhadap tarikan dari pesaing	4

Sumber: Arief (2020), Katerina (2021), Griffin (2016), Mowen (2012)

3.6 Metoda Analisis Data

Sugiyono (2019:12) menyatakan bahwa analisis data merupakan proses untuk mengelompokkan pengurutan data kedalam ketentuan-ketentuan yang ada untuk memperoleh hasil sesuai dengan data yang telah didapatkan.

Penelitian ini menggunakan skala likert sebagai alat pengukurannya. Skala likert berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial dengan masing-masing jawaban berbobot nilai sebagai berikut :

Tabel 3.2 Skala Likert

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

3.6.1 Pengolahan Data

Rencana pengolahan data adalah dengan menggunakan komputer yaitu program *SPSS Ver. 28.00*. Hal ini dilakukan dengan harapan tidak terjadi tingkat kesalahan yang besar.

3.6.2 Penyajian Data

Setelah data diolah, kemudian diperoleh hasil atau *output* dari operasi perkalian, penjumlahan, pembagian, pengakaran, pemangkatan, serta pengurangan. Hasil pengolahan data akan disajikan dalam bentuk tabel, agar dapat dibaca dengan mudah dan dapat cepat dipahami.

3.6.3 Uji Kualitas Data

Untuk memperoleh hasil penelitian yang baik maka perlu didukung data yang baik pula. Sedangkan baik tidaknya data tergantung pada instrumen pengumpulan data. Instrumen data yang baik harus memenuhi dua syarat penting yakni valid dan reliabel.

Suatu kuesioner bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrumen yang akan digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *validity* (tingkat kesahihan) dan *reliability* (tingkat keandalan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

3.6.4 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Sugiyono (2019: 176) menyatakan bahwa untuk menguji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan

antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah *Product Moment* dari Karl Pearson, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(n \sum X^2) - (\sum X)^2] [(n \sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari
- n = Banyaknya responden yang dicari (sampel)
- X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item
- Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

Kemudian hasil dari r_{xy} dibandingkan dengan harga kritis *product moment* (r_{tabel}), apabila hasil yang diperoleh $r_{xy} > r_{tabel}$, maka instrumen tersebut valid. Dalam praktiknya untuk menguji validitas kuesioner sering menggunakan bantuan *software Microsoft Office Excel* dan *Statistical Product and Service Solution (SPSS)*.

3.6.5 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula, kualitas data yang diperoleh dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi dengan menggunakan uji reliabilitas dan validitas. (Sugiono, 2019: 185)

Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan nilai koefisien Alpha Cronbach pada software SPSS 28. Jika nilai Alpha Cronbach lebih besar dari 0,6 maka dinyatakan bahwa instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliable. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan internal *consistency* dengan teknik belah dua (*Split Half*), yang dianalisis dengan menggunakan rumus *Spearman Brown*, sebagai berikut:

$$r_{ii} = \frac{2r_b}{1+r_b} \dots \dots \dots (3.2)$$

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

r_b = Koefisien korelasi antar total skor X dengan total skor Y

$$\text{Rumus } r_b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(n \sum X^2 - (\sum X)^2) [(n \sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \dots \dots \dots (3.3)$$

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

r_b = Koefisien korelasi sederhana

n = Sampel

X = Total skor butir item ganjil

Y = Total skor buter item genap

3.6.6 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variable dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variable-variabel independen memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variable dependen.

Guna mengukur besarnya pengaruh variable independent terhadap variable dependent secara parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus:

1. Koefisien determinasi parsial

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai kofisien determinasi adalah nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen yaitu, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan dalam menjelaskan variabel dependen yaitu loyalitas

pelanggan sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. (Ghozali, 2019: 97)

Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent) secara parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus:

$$\mathbf{KD = (r)^2 \times 100\%}$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r = Kuadrat Koefisien Determinasi

- 1) Determinasi parsial X_1 terhadap Y (X_2 dan X_3 konstan)

$$\mathbf{KD_{1.23} = r_{y_{1.23}}^2 \times 100\% \dots\dots\dots(3.4)}$$

- 2) Determinasi parsial X_2 terhadap Y (X_1 dan X_3 konstan)

$$\mathbf{KD_{2.13} = r_{y_{2.13}}^2 \times 100\% \dots\dots\dots(3.5)}$$

- 3) Determinasi parsial X_3 terhadap Y (X_1 dan X_2 konstan)

$$\mathbf{KD_{3.12} = r_{y_{3.12}}^2 \times 100\% \dots\dots\dots(3.6)}$$

- 4) Determinasi parsial X_1, X_2 dan X_3 terhadap Y

$$\mathbf{KD_{123} = r_{y_{123}}^2 \times 100\% \dots\dots\dots(3.7)}$$

2. Koefisien determinasi simultan

Uji koefisien determinasi simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X_1), Kepuasan Pelanggan (X_2), dan Kepercayaan (X_3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) secara parsial dan simultan. Kemudian rumus yang digunakan dalam koefisien determinasi simultan adalah sebagai berikut :

Koefisien Determinasi Simultan X_1, X_2 , dan X_3 terhadap Y

$$\mathbf{KD_{1.23} = f_{y_{1.23}} \times 100\%}$$

3.6.7 Pengujian Hipotesis

1) Pengujian hipotesis parsial

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji koefisien korelasi secara parsial dan simultan. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

a. Pengaruh X_1 (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (Loyalitas Pelanggan)

$H_o : \rho_{1.23} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan)

$H_a : \rho_{1.23} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan)

b. Pengaruh X_2 (Kepuasan Pelanggan) terhadap Y (Loyalitas Pelanggan)

$H_o : \rho_{2.13} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan)

$H_a : \rho_{2.13} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan)

c. Pengaruh X_3 (Kepercayaan) terhadap Y (Loyalitas pelanggan)

$H_o : \rho_{3.12} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh antara Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan)

$H_a : \rho_{3.12} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh antara Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan)

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel bebas pada perubahan variabel terikat secara parsial, dilihat dari nilai *Significance t* dibandingkan dengan taraf nyata (α) yang digunakan sebesar (5% = 0,05) dengan kriteria :

H_o ditolak, jika *Significance* < 0,05

H_o diterima, jika *Significance* \geq 0,05

2) Pengujian hipotesis simultan

$H_o : \rho_{1.2.3} = 0$ (secara simultan tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan)

$H_a : \rho_{y123} \neq 0$ (secara simultan terdapat hubungan antara Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan)

Adapun untuk menguji perubahan variabel bebas secara simultan, dilihat dari nilai *Significance F* dibandingkan dengan taraf nyata (α) yang digunakan sebesar (5% = 0,05) untuk menentukan daerah kritis. Kriteria :

H_0 ditolak, jika *Significance F* $< 0,05$ dan

H_0 diterima, jika *Significance F* $\geq 0,05$