

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk proses pengambilan data populasi dan sampel penelitian dengan mengambil data pada PT. GADING MANDIRI GRAHA REALTY penelitian ini dilaksanakan dalam waktu 3 bulan, Juni sampai Agustus 2019.

Lokasi penelitian dilakukan pada Gedung GRAHA MIR Jakarta beralamat, Jl.Pemuda No.9 Rt 08/04 Rawamangun Pulogadung Jakarta timur. Penelitian ini dipilih karena dianggap sebagai tempat bagi peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan, yaitu berupa data atau dokumen lain yang berkaitan dengan variabel penelitian ini.

3.2. Strategi Penelitian

Dalam penelitian ini strategi yang digunakan adalah strategi asosiatif yang bersifat kausal (sebab akibat) yang bertujuan untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan serta loyalitas terhadap pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yakni penelitian yang penekanannya terjadi pada pengujian teori-teori yang dilakukan melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melalui analisis data dengan menggunakan prosedur statistik (Indrianto & Supomo, 2011). Menurut Musianto (2012) pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang didalamnya terdapat sebuah usulan penelitian, proses, hipotesis, turun langsung ke lapangan, analisis data dan kesimpulan data sampai dengan penulisannya menggunakan kecenderungan, non perhitungan numeric. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan terhadap tenant yang menyewa ruang perkantoran pada Gedung Graha MIR Jakarta.

Strategi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lebih dari 2 variable, dalam hal ini penelitian mengidentifikasi sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan (X_1), nilai pelanggan (X_2), yang merupakan variable *exogenous* terhadap kepuasan pelanggan (Y_1) dan loyalitas pelanggan (Y_2).

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti, untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Pendapat di atas menjadi salah satu acuan bagi penulis untuk menentukan populasi. Populasi yang digunakan sebagai penelitian ini yaitu pelanggan yang menyewa ruang perkantoran. Populasi dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas melalui kepuasan. terhadap tenant atau perseroan terbatas yang menggunakan jasa sewa gedung perkantoran pada gedung Graha MIR Jakarta. Jumlah populasi 178 Tenant yang menyewa ruang perkantoran pada Gedung Graha MIR Jakarta.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode survey. Dimana metode penelitian ini mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Tujuan dari penggunaan metode ini untuk memperoleh kejelasan serta mengetahui pengaruh antar variable penelitian (Sugiyono, 2013).

3.3.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:73) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan yang ada. Dalam teknik pengambilan sampel ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Sampel pada penelitian ini menggunakan rumus MOE (*Margin Of Error*) digunakan karena ukuran populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti Menurut Kharis (2011 : 50). Dengan menggunakan rumus Menurut Slovin (Sujarweni dan Endrayanto 2012 : 13) sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

E = Tingkat kesalahan 10% masih dapat di tolerir atau di inginkan.

Dengan rumus tersebut dapat dihitung ukuran sampel dari populasi sebesar minimal 99 dengan mengambil tingkat kesalahan (e=10%) sebagai berikut :

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

$$n = \frac{178}{1+178 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{178}{1,79}$$

$$n = 99.44 = \text{dibulatkan menjadi } 100.$$

Jadi, sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 100 pelanggan.

Pertimbangan pengambilan sampel ini adalah konsumen yang menggunakan jasa sewa gedung perkantoran pada Gedung Graha MIR Jakarta. Yang merasakan kepuasan dan loyal serta diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih baik dari penelitian ini.

3.4. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survey, yaitu teknik pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung berupa opini atau pendapat dari tenant yang menyewa gedung perkantoran pada gedung Graha MIR Jakarta dengan menjawab semua pertanyaan yang ada pada kuesioner.

Adapun sumber daya yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Riset Pustaka

Dalam pengumpulan data, peneliti mengambil data atau informasi yang berhubungan dengan materi penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari jurnal-jurnal, buku-buku, hasil laporan lainnya yang terdapat referensi untuk penelitian ini.

2. Riset Lapangan

Riset lapangan ini dilakukan untuk mendapatkan data secara langsung dari perusahaan yang menjadi objek penelitian dengan melalui cara-cara sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi kegiatan dengan menggunakan panca indera untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab semua penelitian, Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa atau suasana dan perasaan seseorang. Observasi dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

b. Kuesioner

Teknik pengumpulan data dimana peneliti memberi lembar dalam bentuk pertanyaan yang berkaitan dengan masalah penelitian kepada Responden. Dalam penelitian ini kuesioner dilakukan selama 6 hari kerja pada setiap tenat yang menyewa atau menggunakan jasa sewa gedung perkantoran.

3.4.1. Data

Data dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan kuesioner. Dalam kuesioner terdapat pertanyaan mengenai kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas melalui kepuasan pada gedung Graha MIR Jakarta. Teknik Pengambilan data menggunakan instrument tersebut diukur dengan skala *Likert* menurut Sugiyono (2016:168) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap variabel penelitian. untuk mengumpulkan data yaitu dengan menggunakan angket tertutup yang berupa pernyataan tertulis, yang diberikan kepada responden untuk diisi sesuai dengan keadaan sebenarnya. Angket dalam penelitian ini berbentuk *rating scale*, berupa butir pernyataan-pernyataan yang diikuti oleh kolom-kolom yang

menunjukkan tingkatan: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Pada setiap pernyataan yang dijawab oleh responden memiliki nilai yang tercantum dalam tabel 3.1 di bawah ini :

Tabel 3.1. Kriteria Instrumen Pengukuran Data

NO	PILIHAN JAWABAN	NILAI SKOR
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2013)

3.4.2. Metoda Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yaitu pengumpulan data dan analisis berupa opini dan variabel-variabel yang akan diteliti dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner (angket) yang digunakan berupa kuesioner dengan jawaban tertutup yang ditentukan nilainya dengan *skala likert*.

3.5. Operasional Variabel

Pengukuran adalah upaya pemberian tanda angka atau bilangan pada suatu nilai variabel. Dengan menentukan skala pengukuran, berarti penulis telah mampu mengklarifikasi variabel yang akan diukur supaya tidak terjadi kesalahan dalam menentukan analisis data dan langkah riset selanjutnya. *Skala likert* sering disebut sebagai *method of summated ratings*, yang berarti nilai peringkat setiap jawaban atau tanggapan dari responden. Variabel-variabel yang diukur dijabarkan ke dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item Instrumen yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner.

Indikator-indikator yang digunakan untuk penyusunan kuesioner penelitian dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 3.2 Skala Likert

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Kualitas Pelayanan (X_1) (Kotler dan Keller, 2016 : 156)	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	Mendengarkan dan menanggapi keluhan pelanggan dengan baik	1
		Keandalan (<i>Reliability</i>)	Memberikan pelayanan yang sama terhadap semua pelanggan sesuai standar yang telah ditentukan
	Memahami apa yang dibutuhkan oleh pelanggan dan ketepatan waktu pelayanan		3
	Empati (<i>Emphaty</i>)	Memberikan pelayanan yang baik serta perhatian terhadap pelanggan	4
		Memahami apa yang dibutuhkan oleh pelanggan dan ketepatan waktu pelayanan	5
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Pelayanan yang diberikan memberikan rasa aman dalam bertransaksi	6
		Memahami keinginan pelanggan.	7
	Berwujud (<i>Tangible</i>)	Keramahan karyawan dalam melakukan pelayanan serta penataan ruang dan fasilitas yang disediakan.	8
		Kecepatan dalam melayani pelanggan	9

Nilai Pelanggan (X ₂) Sweeney dan Soutar dalam Tjiptono (2011)	Nilai Emosional	Membangkitkan perasaan bangga saat pelanggan transaksi	10
	Nilai Pengorbanan	Pengorbanan yang dikeluarkan saat memakai jasa perusahaan	11
	Nilai Fungsional	Layanan yang optimal kepelanggan	12
Kepuasan Pelanggan (Y ₁) Sumber (Tjiptono dan Chandra 2011 : 101)	Kesesuaian harapan	Harga yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan	13
		Pelayanan yang diberikan sesuai harapan	14
Loyalitas Pelanggan (Y ₂) (Kotler dan Keller, (2016:164)	Minat berkunjung kembali	Memiliki fasilitas sesuai dengan yang diberikan	15
		Berminat berkunjung karena nilai dan manfaat yang diberikan	16
		Berminat berkunjung karena fasilitas yang disediakan	17
	Setia terhadap perusahaan	Kualitas yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan	18
		Pelayanan yang baik dan memberikan kepuasan bagi pelanggan	19
		Selalu menggunakan jasa dari perusahaan yang bersangkutan	20
	Kesesuaian Harapan	Keyakinan akan produk atau jasa yang diterima dari perusahaan yang bersangkutan	21

	Kesediaan memberikan Referensi	Mereferensikan jasa terhadap calon pelanggan lainnya	22
		Menunjukkan kesetiaan terhadap tarikan pesaing	23

3.6. Metoda Analisis Data

3.6.1. Uji Instrumen Penelitian

Suatu kuesioner atau hipotesis sangat bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *reability* (tingkat kehandalan) dan *validity* (tingkat kesahan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu alat ukur yang dianggap valid apabila tingkat ketelitian dan ketepatan pengukuran dapat diandalkan, dan digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Validitas instrument ditentukan dengan mengorelasikan antara nilai (skor) yang diperoleh pada setiap butir pertanyaan dengan skor total. Dengan demikian kevaliditas penelitian yang telah dibuat dalam bentuk pernyataan disebarkan kepada tenat atau pelanggan yang menyewa ruang perkantoran pada Graha MIR sebagai sampel penelitian. dengan menggunakan metode korelasi sederhana. Syarat menurut Sugiyono (2012:133) yang harus dipenuhi apabila hasilnya sebesar 0,30 atau lebih, maka konstruksi yang kuat atau memiliki validitas yang baik.

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{hitung} = \frac{(n \sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{hitung} = Koefisien validitas butir pernyataan yang dicari

n	= Jumlah sampel (responden)
X	= Skor butir
Y	= Total skor butir

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk memastikan bahwa instrument memiliki konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat keandalannya dapat menunjukkan hasil yang konsisten. Menurut Sugiyono (2016:122) Pengujian reliabilitas instrument ini dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*, metode ini digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku suatu instrument penelitian dikatakan *reliable* dengan menggunakan *Cronbach Alpha* bila koefisien reliabilitas 0,60 atau lebih.

3.6.2. Pengolahan Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah dengan computer menggunakan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 25.0 dengan tujuan mendapatkan hasil perhitungan yang akurat dan mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga lebih cepat dan tepat.

3.6.3. Alat Analisis Statistik Data

Analisis statistik data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*). Karena metode analisis statistik data yang dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian secara sistematis, analisis jalur mengikuti pola model struktural, sehingga langkah awal untuk mengerjakan atau penerapan model analisis jalur yaitu dengan merumuskan persamaan struktural, sehingga langkah awal untuk mengerjakan atau penerapan model analisis jalur yaitu dengan merumuskan persamaan struktural dan diagram jalur.

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya antara variabel exogenous (X) dan endogenous (Y). Dalam penelitian ini, menggunakan persamaan struktural yaitu :

$$Y_1 = P_{Y_1X_1}X_1 + P_{Y_1X_2}X_2 + P_{Y_2X_1}X_1 + P_{Y_2X_2}X_2$$

Keterangan :

P : Pengaruh

Y1 : Kepuasan Konsumen

Y2 : Loyalitas

X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Nilai Pelanggan

2. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis ini digunakan untuk mengukur adanya pengaruh antara kualitas pelayanan (X_1) nilai pelanggan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y_1), loyalitas pelanggan (Y_2) yang mana pengujian hipotesis terhadap P merupakan unsur utama pembentukan koefisien determinasi. Keputusan dari uji hipotesis hampir selalu dibuat berdasarkan pengujian hipotesis nol. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

1. Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Untuk menguji pengaruh signifikan antara variabel bebas (kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan) terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan) secara parsial. Langkah-langkah pengujian ini adalah sebagai berikut :

a. Pengujian Pengaruh Langsung (*direct effect*)

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y_1).

$H_0 : p_1 \leq 0$ = Tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha : $p_1 \geq 0$ = Terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Pengaruh Nilai Pelanggan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y_1).

Ho : $P_2 \leq 0$ = Tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha : $P_2 \geq 0$ = Terdapat pengaruh langsung yang signifikan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan

3) Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Y_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y_2)

Ho : $P_3 \leq 0$ = Tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Ha : $P_3 \geq 0$ = Terdapat pengaruh langsung yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

4) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) melalui Kepuasan Pelanggan (Y_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y_2).

Ho : $P_4 \leq 0$ = Tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Ha : $P_4 \geq 0$ = Terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

5) Pengaruh Nilai Pelanggan (X_2) melalui Kepuasan Pelanggan (Y_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y_2).

Ho : $P_4 \leq 0$ = Tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan nilai pelanggan melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Ha : $P_4 \geq 0$ = Terdapat pengaruh langsung yang signifikan nilai pelanggan melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel – variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Hipotesis yang akan di uji dalam penelitian ini adalah :

Ho : Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Ha : Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kriteria syarat uji statistik yaitu :

- 1) Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka Ho diterima dan Ha ditolak.
- 2) Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka Ho ditolak dan Ha diterima.