

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan adalah strategi asosiatif atau hubungan. Strategi asosiatif menurut Pardede (2014:5) adalah Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih, yang dimaksud untuk membangun suatu teori yang dapat berfungsi menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

Alasan memilih strategi asosiatif adalah untuk menguji hipotesis awal, dalam hal ini agar dapat menunjukkan faktor mana yang berpengaruh paling signifikan antara persepsi harga, promosi penjualan, kualitas pelayanan, variasi produk dan kemudahan akses terhadap loyalitas pelanggan di PT. Hidup Makmur Terencana Tours and Travel.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Indriantoro dan Supomo (2018:112) menyatakan bahwa populasi yaitu sekelompok orang, kejadian segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu.

Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan PT. Hidup Makmur Terencana Tours and Travel.

3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Kuncoro (2013:136) sampel adalah sebagian dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu. Sampel dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus *margin of error (MOE)*, sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%

(maka $z=1.96$)

Moe : *Margin of Error*, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang didapat, ditoleransi, ditentukan 10%.

Pengambilan sampel ini dilakukan pada tingkat kepercayaan 90% atau nilai kritis 10% sehingga ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

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

$$n = 96,04$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 100 pelanggan. Alasannya: Karena, semakin banyak sampel yang di harapkan maka semakin baik.

3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

Data dan metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan sekunder yaitu sebagai berikut:

3.3.1. Data Primer

Menurut Kuncoro (2013:205) data primer adalah data yang secara langsung dikumpulkan oleh pihak yang melaksanakan penelitian. Dalam penelitian ini, data primer bersumber dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti.

3.3.2. Data Sekunder

Menurut Kuncoro (2013:205) data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung oleh pihak yang melaksanakan penelitian. Pada penelitian ini,

data sekunder berasal dari skripsi, jurnal, buku-buku yang relevan dan sumber lainnya yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti.

3.3.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini berupa kuesioner dengan metode observasi yang diberikan kepada pelanggan. Menurut Suliyanto (2018:167) kuesioner yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membagi daftar pertanyaan kepada responden agar responden tersebut memberikan jawabannya.

Peneliti menyebarkan kuesioner kepada sejumlah pelanggan dan memberikan pernyataan atau kuesioner beserta jawaban yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti yaitu persepsi harga, promosi penjualan, kualitas pelayanan, variasi produk, kemudahan akses dan loyalitas pelanggan. Dalam kuesioner ini terdapat pertanyaan mengenai identitas diri responden dan daftar pertanyaan mengenai variabel-variabel yang diteliti. Waktu pengumpulan data yang telah dilakukan oleh peneliti yaitu selama 1 bulan di PT. Hidup Makmur Terencana Tours and Travel.

Tanggapan responden dinyatakan dalam *skala likert* 1 sampai dengan 5. Menurut Suliyanto (2018:134) *skala likert* digunakan untuk mengukur tanggapan atau respons seseorang tentang objek sosial. Dengan *skala likert* maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Tanggapan responden dengan berbagai kriteria dan pemberian skor untuk jawaban responden dapat dilihat pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1.

Tanggapan Responden dan Skor untuk jawaban responden

No.	Pernyataan	Kode	Nilai Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Kurang Setuju	KS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

(Sumber: Suliyanto, 2018)

3.4. Operasional Variabel

Menurut Echdar (2017:256) menyatakan bahwa operasional variabel mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena.

Penelitian ini terdiri dari variabel *eksogen* meliputi variabel *endogen*, yaitu persepsi harga, promosi penjualan, kualitas pelayanan, variasi produk, kemudahan akses dan loyalitas pelanggan yaitu:

1. Menurut Ghozali (2015:9) variabel eksogen merupakan variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dalam diagram jalur, variabel eksogen ditandai sebagai variabel yang tidak ada panah yang menuju ke arahnya dari variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel eksogen adalah Kualitas Pelayanan (X_1) dan Fasilitas (X_2).
2. Variabel endogen merupakan variabel yang menjadi perhatian bagi peneliti. Menurut Ghozali (2017:9) variabel endogen merupakan variabel yang nominalnya dipengaruhi atau ditentukan oleh variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel endogen adalah Loyalitas Pelanggan (Y).

Berikut ini definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2.
Operasional Variabel Penelitian

Hal. 1 dari 4

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Persepsi Harga (X_1) Tjiptono dan Diana (2016:236)	Discount	Perusahaan travel memberikan pengurangan harga yang diberikan kepada pelanggan.	1
	Segmented Pricing	Perusahaan travel menetapkan harga tour sesuai dengan masing-masing lokasi tour.	2

Tabel 3.2.
Operasional Variabel Penelitian

Hal. 2 dari 4

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
	Allowance	Perusahaan travel memberikan penurunan harga menurut daftar (list price) kepada pelanggan.	3
Promosi (X ₂) Kotler (2016:272)	Frekuensi	Promosi dilakukan secara terus-menerus di berbagai media.	4
	Kuantitas	Jumlah media yang digunakan banyak.	5
	Kualitas	PT. Hidup Makmur Terencana Tours and Travel melakukan promosi secara menarik dan informatif.	6
Kualitas Pelayanan (X ₃) Tjiptono dan Chandra (2017:88)	Reliabilitas	Karyawan travel memberikan pelayanan yang ramah dan maksimal kepada pelanggan.	7
	Responsivitas	Karyawan travel dapat memberikan kebutuhan para pelanggan secara cepat dan tanggap.	8
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Karyawan travel mampu menjelaskan dengan baik.	9
	Empati	Karyawan travel dapat mampu berkomunikasi baik dengan para pelanggan travel dan selalu mendahulukan kepentingan dan permohonan pelanggan.	10

Tabel 3.2.
Operasional Variabel Penelitian

Hal. 3 dari 4

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	Karyawan travel menjaga sikap pada saat memberikan pelayanan kepada para pelanggan.	11
Variasi produk (X ₄) Kotler (2013:15)	Lebar	Perusahaan travel memasarkan berbagai macam produk tour dengan berbagai macam harga.	12
	Panjang	Perusahaan travel memasarkan berbagai macam jumlah produk tour.	13
	Kedalaman	Perusahaan travel memasarkan berbagai macam tempat atau lokasi tour yang berbeda-beda.	14
Kemudahan akses (X ₅) Muljono (2018:16)	Online	Pelanggan travel dapat melihat produk tour yang di promosikan oleh perusahaan melalui internet dan media sosial.	15
	Google	Perusahaan travel mempromosikan produk tour melalui google dan website.	16
	Email	Perusahaan travel dapat mempromosikan produk tour melalui email kepada pelanggan.	17
Loyalitas pelanggan (Y) Kotler dan Keller (2012:57)	Referalls (Mereferensikan secara total esistensi perusahaan)	Merekomendasikan PT. Hidup Makmur Terencana Tours and Travel kepada keluarga, teman dan rekan lainnya.	18

Tabel 3.2.
Operasional Variabel Penelitian

Hal. 4 dari 4

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
	Retention (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan)	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan travel sangat baik sehingga tidak mau pindah ke travel lain.	19
	Repeat purchase (Kesetiaan terhadap pembelian produk)	Pelanggan menyatakan bahwa akan kembali mendaftar di PT. Hidup Makmur Terencana Tours and Travel karena sangat senang dengan jasa yang diberikan oleh pihak travel.	20

3.5. Metoda Analisis Data

3.5.1. Uji instrument Penelitian

Instrument penelitian menurut Sugiyono (2015:329) yaitu suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini di uji dengan uji validitas dan reliabilitas yaitu sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Menurut Kuncoro (2013:205) validitas artinya data yang valid adalah data yang akurat atau data yang tepat. Sementara itu, uji validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi atau arti sebenarnya yang diukur. Valid tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pernyataan instrument yang diberikan kepada pelanggan PT. Hidup Makmur Terencana Tours and Travel sebagai sampel penelitian. Dalam penelitian ini jumlah sampelnya adalah 100 responden ($n = 100$), instrument dikatakan valid (akurat) untuk penelitian ini validitas lebih besar atau sama 0,30 dan

apabila instrument tersebut kurang dari 0,30 dinyatakan tidak valid (tidak akurat). Dalam penelitian ini rumus yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas menggunakan rumus *Product Moment* yaitu:

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

Keterangan :

X : Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y : Skor total yang diperoleh dari seluruh item

N : Banyaknya responden

2. Uji Reliabilitas

Menurut Kuncoro (2013:208) reliabilitas yaitu berkenaan dengan konsisten, presisi, dan ketelitian. Dalam penelitian reliabilitas berkaitan dengan derajat konsistensi data dan stabilitas data. Suatu data dikatakan reliabel bila data tersebut konsisten dan menunjukkan adanya ketelitian. Reliabilitas menyatakan ketelitian atau konsistensi data. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok objek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (aspek yang diukur belum berubah) meskipun tetap ada toleransi bila terjadi perbedaan. Jika perbedaan tersebut sangat besar dari waktu ke waktu, maka hasil pengukuran tidak dapat dipercaya (dikatakan tidak reliabel). Adanya nilai toleransi perbedaan pengukuran ini disebabkan karena perbedaan waktu pengukuran dapat mempengaruhi perbedaan jawaban responden.. Hasil pengukuran dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alpha Cronbach* > 0,60. Rumus *Alpha Cronbach* adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} : Koefisien Reliabilitas instrument (*cronbach alpha*)

K : Jumlah item pernyataan yang di uji

$\sum \sigma^2$: Total varians item

σ_t^2 : Total varians

3.5.2. Metode Pengolahan Data

Di dalam pengolahan data penelitian ini menggunakan program SPSS versi 22.0. Hal ini dilakukan agar mempermudah dalam mengolah data statistik dengan lebih cepat dan tepat.

3.5.3. Metode Penyajian data

Di dalam penelitian ini data yang dikumpulkan dan disajikan dalam bentuk tabel agar mempermudah dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis.

3.5.4. Analisis Statistik Data

1. Statistik Deskriptif

Analisa Deskriptif digunakan untuk penggambaran tentang data statistik seperti minimum, maksimum, mean, standart deviation, range. Penelitian ini menggunakan variabel persepsi harga, promosi penjualan, kualitas pelayanan, variasi produk dan kemudahan akses terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Hidup Makmur Terencana Tours and Travel.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2011: 49), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu. Nilai R^2 yang artinya kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Maka menggunakan rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

a. KD parsial X_1 terhadap Y (X_2, X_3, X_4 dan X_5 konstan)

$$KD_{1.2345} = r_{Y1.2345}^2 \times 100\%$$

b. KD parsial X_2 terhadap Y (X_1, X_3, X_4 dan X_5 konstan)

$$KD_{2.1345} = r_{Y2.1345}^2 \times 100\%$$

c. KD parsial X_3 terhadap Y (X_1, X_2, X_4 dan X_5 konstan)

$$KD_{3.1245} = r_{Y3.1245}^2 \times 100\%$$

d. KD parsial X_4 terhadap Y (X_1, X_2, X_3 dan X_5 konstan)

$$KD_{4.1235} = r_{Y4.1235}^2 \times 100\%$$

e. KD parsial X_5 terhadap Y (X_1, X_2, X_3 dan X_4 konstan)

$$KD_{5.1234} = r_{Y5.1234}^2 \times 100\%$$

f. KD parsial X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5 terhadap Y

$$KD_{12345} = r_{Y12345}^2 \times 100\%$$

Keterangan :

$r_{Y1.2345}$ = Koefisien korelasi parsial antara X_1 terhadap Y (X_2, X_3, X_4 dan X_5 konstan)

$$= \frac{r_{Y1} - (r_{Y2} \cdot r_{Y3} \cdot r_{Y4} \cdot r_{Y5} \cdot r_{12345})}{\sqrt{(1 - (r_{Y2})^2)(1 - (r_{Y3})^2)(1 - (r_{Y4})^2)(1 - (r_{Y5})^2)(1 - (r_{12345})^2)}}$$

$r_{Y2.1345}$ = Koefisien korelasi parsial antara X_2 dengan Y (X_1, X_3, X_4 dan X_5 konstan)

$$= \frac{r_{Y2} - (r_{Y1} \cdot r_{Y3} \cdot r_{Y4} \cdot r_{Y5} \cdot r_{12345})}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2)(1 - (r_{Y3})^2)(1 - (r_{Y4})^2)(1 - (r_{Y5})^2)(1 - (r_{12345})^2)}}$$

$r_{Y3.1245}$ = Koefisien korelasi parsial antara X_3 dengan Y (X_1, X_2, X_4 dan X_5 konstan)

$$= \frac{r_{Y3} - (r_{Y1} \cdot r_{Y2} \cdot r_{Y4} \cdot r_{Y5} \cdot r_{12345})}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2)(1 - (r_{Y2})^2)(1 - (r_{Y4})^2)(1 - (r_{Y5})^2)(1 - (r_{12345})^2)}}$$

$r_{Y4.1235}$ = Koefisien korelasi parsial antara X_4 dengan Y (X_1, X_2, X_3 dan X_5 konstan)

$$= \frac{r_{Y4} - (r_{Y1} \cdot r_{Y2} \cdot r_{Y3} \cdot r_{Y5} \cdot r_{12345})}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2)(1 - (r_{Y2})^2)(1 - (r_{Y3})^2)(1 - (r_{Y5})^2)(1 - (r_{12345})^2)}}$$

$r_{Y5.1234}$ = Koefisien korelasi parsial antara X_5 terhadap Y (X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 konstan)

$$= \frac{r_{Y5} - (r_{Y1} \cdot r_{Y2} \cdot r_{Y3} \cdot r_{Y4} \cdot r_{12345})}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2)(1 - (r_{Y2})^2)(1 - (r_{Y3})^2)(1 - (r_{Y4})^2)(1 - (r_{12345})^2)}}$$

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengukur adanya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial dan simultan.

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. Pengujian hipotesis secara parsial
 - a. Dampak persepsi harga (X_1) terhadap *loyalitas pelanggan* (Y)
 - $H_0 : p_{Y1.2345} = 0$
 - $H_a : p_{Y1.2345} \neq 0$
 - b. Dampak promosi penjualan (X_2) terhadap *loyalitas pelanggan* (Y)
 - $H_0 : p_{Y2.1345} = 0$
 - $H_a : p_{Y2.1345} \neq 0$
 - c. Dampak kualitas pelayanan (X_3) terhadap *loyalitas pelanggan* (Y)
 - $H_0 : p_{Y3.1245} = 0$
 - $H_a : p_{Y3.1245} \neq 0$
 - d. Dampak variasi produk (X_4) terhadap *loyalitas pelanggan* (Y)
 - $H_0 : p_{Y4.1235} = 0$
 - $H_a : p_{Y4.1235} \neq 0$
 - e. Dampak kemudahan akses (X_5) terhadap *loyalitas pelanggan* (Y)
 - $H_0 : p_{Y5.1234} = 0$
 - $H_a : p_{Y5.1234} \neq 0$

Untuk menguji pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial, memiliki taraf nyata α sebesar ($5\%=0,05$) dengan kriteria pengujian:

Jika signifikan $t < 0,05$, maka H_0 ditolak.

Jika signifikan $t \geq 0,05$, maka H_a diterima.

2. Pengujian hipotesis secara simultan

$$H_0 : p_{Y_{12345}} = 0$$

$$H_a : p_{Y_{12345}} \neq 0$$

Menentukan taraf nyata α yang digunakan sebesar (5% = 0,05) dengan kriteria:

Jika signifikan $F < 0,05$, maka H_0 ditolak.