

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif, yaitu strategi penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua variabel eksogen atau lebih terhadap variabel endogen. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan bagaimana pengaruh atas variabel eksogen yaitu citra perusahaan (X_1), harga (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y_1) dan loyalitas pelanggan (Y_2) yang merupakan variabel endogen.

Metoda penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda survei yaitu pengumpulan data dan analisis berupa opini dan variabel-variabel yang akan diteliti yang diperoleh melalui pendapat atau Tanya jawab dari responden baik secara langsung (wawancara) maupun tidak langsung (kuisisioner). Kuisisioner yang digunakan berupa kuisisioner dengan jawaban tertutup yang ditentukan nilainya dengan skala *Likert*.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan himpunan yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan PT. Binavalasindo Dolarasia Sejahtera Utama (dolarasia *money changer*) cabang Gajah Mada, Jakarta Barat .

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karakteristik responden pelanggan PT. Binavalasindo Dolarasia Sejahtera Utama (dolarasia *money changer*) cabang Gajah Mada, Jakarta Barat yang melakukan transaksi di PT. Binavalasindo Dolarasia Sejahtera Utama

(dolarasia *money changer*) cabang Gajah Mada, Jakarta Barat. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan metode pengumpulan data kuisisioner. Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2017 :81), ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai 500 orang. Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 pelanggan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun yang dipertimbangkan dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Binavalasindo Dolarasia Sejahtera Utama (dolarasia *money changer*) cabang Gajah Mada, Jakarta Barat yang melakukan transaksi di dolarasia *money changer* minimal 5 kali transaksi.

3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data premier. Data responden sangat diperlukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai pengaruh citra perusahaan, persepsi nilai tukar, kualitas pelayanan, terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada dolarasia *money changer* cabang Gajah Mada. Dalam hal ini data diperoleh secara langsung dengan membagi kuisisioner yang berisi daftar pernyataan kepada pelanggan.

3.3.2 Sumber Data

Untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penyusunan penelitian ini, maka peneliti akan melakukan penelitian terhadap pelanggan di PT. Binavalasindo Dolarasia Sejahtera Utama cabang Gajah Mada, Jakarta Barat.

3.3.3 Periode data

Dalam penelitian ini periode data yang akan diambil yaitu dalam jangka waktu satu bulan selama bulan Juni 2019 kepada seluruh pelanggan dolarasia *money changer* cabang Gajah Mada yang bertransaksi.

3.3.4 Metoda pengumpulan data

Untuk mendapatkan informasi dan data yang diperlukan maka metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian pustaka

Penelitian pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diperoleh berdasarkan buku, perpustakaan dan *website* yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas untuk mendapatkan teori-teori yang dapat dijadikan pedoman dalam penelitian,

2. Penelitian lapangan

Penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan secara langsung dari perusahaan yang menjadi objek dari penelitian ini. Adapun cara-cara yang diperoleh sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung terhadap objek penelitian yang dijadikan sumber data.

b. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan lembaran daftar pertanyaan yang diisi oleh responden yaitu pelanggan dolarasi money changer cabang Gajah Mada.

3.4 Oprasional Variabel

Indikator – indikator yang digunakan untuk penyusunan kuisisioner penelitian secara rinci dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1. Indikator Citra Perusahaan`

Variabel	Indikator	Sub indikator	No item
Citra Perusahaan (X ₁)	Keramahan (<i>agreeableness</i>)	Kehangatan (<i>warmth</i>) Empati (<i>empathy</i>) Integritas (<i>integrity</i>)	1
	Kompetensi (<i>competence</i>)	Tingkat kesadaran atau berhati-hati (<i>conscientiousness</i>) Daya dorong/ penggerak (<i>drive</i>) Teknorasi (<i>technoracy</i>)	2
	Informalitas (<i>informality</i>)	Mudah/ ringan dalam menghadapi/ mengerjakan apa pun (<i>easy-going</i>)	3
	Keelokan/ kecantikan (<i>chic</i>)	Keangkuan / ketinggian (<i>snobbery</i>) Egoitisme (<i>egotism</i>)	4
	Kejantanan (<i>machismo</i>)	Gagah atau tangguh (<i>tough</i>) Tegap, kuat atau kokoh (<i>rugged</i>)	5

Sumber : Davis et al, dalam Warta (2017)

Tabel 3.2. Indikator Harga

Variabel	Indikator	Sub indikator	No item	
Nilai tukar (kurs) (X ₂)	Daya saing harga (kurs)	Persepsi nilai tukar (kurs) jual dan beli sesuai dengan harga pasar	5	
		Persepsi nilai tukar (kurs) jual dan beli sama dengan pesaing	6	
	Kesesuaian harga (kurs)	Persepsi nilai tukar (kurs) sesuai dengan market sekitar	7	
		Persepsi nilai tukar (kurs) sesuai dengan manfaat atau pelayanan yang dirasakan	8	
	Minat beli konsumen		Persepsi nilai tukar (kurs) terjangkau	9
			Persepsi nilai tukar (kurs) khusus	10

Sumber : Zeithaml, Bitner dan Gremler dalam Sia dan Subagio (2013:2)

Tabel 3.3.Indikator Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	Sub indikator	No item
Kualitas pelayanan (X ₃)	<i>Tangible</i> (bukti fisik)	Fasilitas fisik, seperti gedung dan sarana bertransaksi baik dan memadai, Perlengkapan atau property yang dipergunakan teknologi yang terupdate (tersedianya mesin EDC bank yang berbagai jenis bank)	11
	<i>Reliability</i> (keandalan)	Pengetahuan yang baik atas mata uang asing (<i>valuta asing</i>) yang diperjual belikan	12
	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	Memberi pelayanan yang cepat kepada pelanggan, Memiliki pelayanan yang tepat kepada pelanggan	13
	<i>Emphaty</i> (empati)	Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual, Memahami kebutuhan pelanggan	14

Sumber : Kotler (2013)

Tabel 3.4. Indikator Kepuasan pelanggan

Variabel	Indikator	Sub indikator	No item
Kepuasan pelanggan (Y ₁)	Tetap setia (pembelian ulang)	Merasa puas dengan kemampuan staf atau pegawai dolarasia yang mampu menjelaskan semua jenis transaksi	15
	Membeli produk yang ditawarkan	Merasa puas dengan kurs yang mampu bersaing dengan kompetitor lain, tersedianya berbagai jenis valas yang ditransaksikan dan ketersediaan stock berdasarkan pecahan	16
	Merekomendasikan produk (<i>word of mouth</i>)	Yakin terkait lokasi dolarasia yang strategis dekat dengan dunia bisnis dan masyarakat sekitar yang menjadi nilai plus ,	17
	Memberi masukan	Merasa puas terkait keputusan atas produk (mata uang asing/ valuta asing) yang dibeli	18

Sumber : Kotler dan Keller (2013)

Tabel 3.5. Indikator Loyalitas Pelanggan

Variabel	Indikator	Sub indikator	No item
Loyalitas Pelanggan (Y ₂)	<i>Satisfaction</i> (Kepuasan)	Kepuasan atas kualitas produk (mata uang asing / valuta asing), harga atau nilai tukar (kurs) yang terjangkau, kepuasan atas pelayanan yang diberikan	19
	<i>Emotional Bonding</i> (ikatan emosi)	Ketertarikan atau kecocokan atas mata uang asing (valuta asing) yang diperjual belikan	20
	<i>Trust</i> (kepercayaan)	Kepercayaan dalam mendapat harga atau nilai tukar (kurs) yang terjangkau	21
	<i>Choice reduction and habit</i> (kemudahan)	Kemudahan dalam bertransaksi, mencari harga atau nilai tukar (kurs) yang terjangkau Kemudahan dalam mencari kebutuhan mata uang asing (valuta asing)	22

Sumber : Gaffar (2013:72)

Dalam instrument penelitian yang digunakan untuk pengumpulan data berupa kuisisioner. Instrument peneliti saya susun dari sub indikator citra perusahaan, persepsi nilai tukar (kurs) dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan

dan loyalitas pelanggan dalam pernyataan dengan 4 (empat) alternatif jawaban. Dalam pernyataan digunakan skala likert. Setiap jawaban responden diberi skor dan jumlah skor yang menunjukkan positif atau negatif.

Kuisisioner yang digunakan sangat pribadi dan bersifat rahasia, terdapat juga pilihan jawaban dengan skor tertentu. Dimana jawaban setiap item instrument mempunyai bobot nilai seperti tabel dibawah ini.

Tabel 3.6. Bobot Nilai Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2013)

3.5 Metoda Analisis Data

3.5.1 Metoda Pengelolaan dan Penyajian Data

Data yang terkumpul dari kusioner ditabulasi, selanjutnya diolah menggunakan pengelolaan data software SPSS (*Statistical Package for Social Scinences*) versi 22.0 digunakan untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga hasilnya cepat dan tepat. Dan data yang disajikan dalam bentuk tabel tujuannya agar data mudah dibaca dan dimengerti.

3.5.2 Analisis Statistik Data

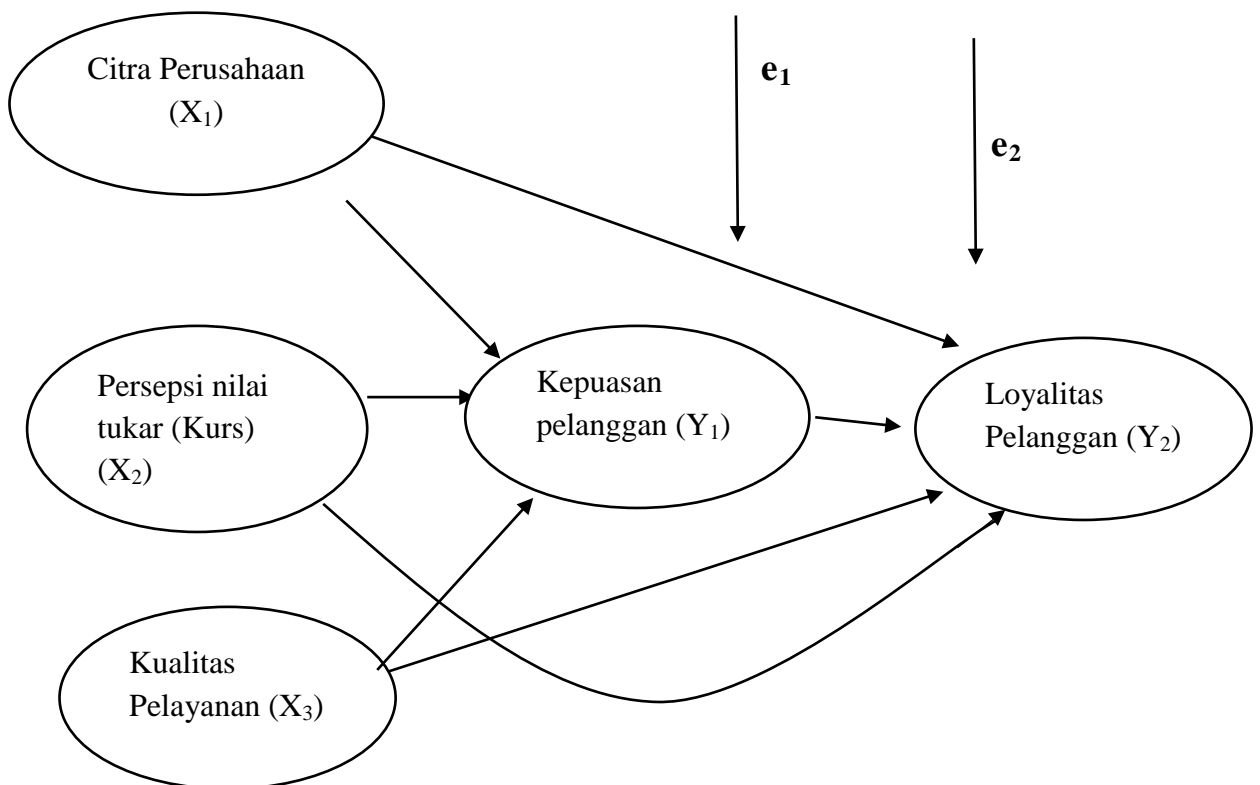
Analisis statistik data yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian adalah analisis jalur (*path analysis*). Dalam analisis jalur pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dapat berupa pengaruh langsung dan tidak

langsung (*direct dan indirect effect*), atau dengan kata lain analisis jalur memperhitungkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung. Berbeda dengan model regresi biasa yang pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen hanya berbentuk langsung.

Persamaan struktural atau juga disebut model struktural yaitu apabila setiap variabel terikat/ endogen (Y) secara unik keadaanya ditentukan oleh seperangkat variabel bebas/ eksogen (X). Selanjutnya gambar yang memperagakan struktur hubungan kausal antar variabel disebut diagram jalur (path diagram). 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.

Tahap 1 :

Menentukan model diagram berdasarkan paradigma hubungan variabel sebagai berikut :



Gambar 3.1. Model Diagram jalur penelitian

Diagram jalur diatas terdiri dari dua persamaan struktural dimana X_1, X_2, X_3 adalah variabel eksogen dan Y_1 dan Y_2 adalah variabel endogen.

Tahap II :

Menentukan persamaan struktural sebagai berikut :

Persamaan struktural yang digunakan pada analisis jalur dalam penelitian ini, yaitu :

1. Persamaan struktural 1

$$Y_1 = \beta_{y_1x_1}X_1 + \beta_{y_1x_2}X_2 + \beta_{y_1x_3}X_3 + \epsilon_1$$

2. Persamaan struktural 2

$$Y_2 = \beta_{y_2x_1}X_1 + \beta_{y_2y_1}Y_1 + \beta_{y_2x_2}X_2 + \beta_{y_2x_3}X_3 + \epsilon_2$$

Keterangan :

β = Koefisien jalur

Y_1 = Keputusan Pembelian

Y_2 = Loyalitas Pelanggan

X_1 = Citra Perusahaan

X_2 = Harga

X_3 = Kualitas Pelayanan

e = eror

Tahap III :

Melakukan analisis menggunakan SPSS :

1. Analisis Regresi Simultan

Untuk melihat pengaruh variabel citra perusahaan, persepsi nilai tukar (kurs) dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan secara gabungan.

2. Analisis Regresi Parsial

Untuk melihat besarnya pengaruh variabel citra perusahaan, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara sendiri-sendiri ataupun persial digunakan angka Beta atau *Standardized Coefficient* dari perhitungan SPSS 22.0.

3.5.3 Pengujian Koefisen Jalur

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui signifikasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial maupun simultan. Langkah –langkah pengujian hipotesis dalam penelitian adalah :

a. Pengujian parsial

1). Pengaruh X_1 pada Y_1

$H_0: \beta_{y_1x_1} \leq 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan).

$H_a: \beta_{y_1x_1} > 0$ (secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan).

2). Pengaruh X_2 pada Y_1

$H_0: \beta_{y_1x_2} \leq 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara nilai tukar terhadap kepuasan pelanggan).

$H_a: \beta_{y_1x_2} > 0$ (secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara nilai tukar terhadap kepuasan pelanggan).

3). Pengaruh X_3 pada Y_1

$H_0: \beta_{y_1x_3} \leq 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan).

$H_a: \beta_{y_1x_3} > 0$ (secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan).

4). Pengaruh X_1 pada Y_2

$H_0: \beta_{y_2x_1} \leq 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan).

$H_a: \beta_{y_2x_1} > 0$ (secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan).

5). Pengaruh X_2 pada Y_2

$H_0: \beta_{y_2x_2} \leq 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan loyalitas pelanggan).

$H_a: \beta_{y_2x_2} > 0$ (secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan).

6). Pengaruh X_3 pada Y_2

$H_0: \beta_{y_2x_3} \leq 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan loyalitas pelanggan).

$H_a: \beta_{y_2x_3} > 0$ (secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan).

7). Pengaruh Y_1 pada Y_2

$H_0: \beta_{y_1y_2} \leq 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan).

$H_a: \beta_{y_1y_2} > 0$ (secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan).

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel bebas pada perubahan variabel terikat parsial, dilihat dari *significance t* dibandingkan dengan taraf nyata $\alpha(5\%=0,05)$ dengan kriteria :

- 1) H_0 ditolak, jika *significance t* < 0,05
- 2) H_a diterima, jika *significance t* > 0,05

b. Pengujian Simultan

1). Pengaruh X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y_1

$H_0 : \beta_{y_1 \in 1} \leq 0$ (secara simultan tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra perusahaan, nilai tukar (kurs), dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan).

$H_a : \beta_{y_1 \in 1} > 0$ (secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan `antara citra perusahaan, nilai tukar (kurs), dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan).

1). Pengaruh X_1 , X_2 , X_3 dan Y_1 terhadap Y_2

$H_0 : \beta_{y_2 \in 2} \leq 0$ (secara simultan tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra perusahaan, nilai tukar (kurs), kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan).

$H_a : \beta_{y_2 \in 2} > 0$ (secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan `antara citra perusahaan, harga (kurs), kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan).

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel terikat secara simultan, dilihat dari nilai *significance F* dibandingkan dengan taraf nyata $\alpha (5\%=0.05)$ dengan kriteria :

- 1). H_0 ditolak, jika *significance F* < 0,05
- 2). H_a diterima, jika *significance F* \geq 0,05

3.5.4 Uji Asumsi Klasik Regresi

Untuk menentukan model regresi perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yang mendasari model regresi sebagai berikut :

Uji Normalitas Menurut Priyatno (2017:109) yaitu uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai yang dihasilkan dari regresi terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas dilakukan dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal di grafik normal P-P Plot *of regression standardized residual* atau dengan uji One Sample Kolmogorov - Smirnov.

Grafik P-Plot *of regression standardized residual* terdistribusi normal jika titik – titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal (Priyatno, 2017:114).