

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Metodologi penelitian merupakan suatu cara yang ditempuh untuk melaksanakan penelitian. Rancangan penelitian yang digunakan oleh peneliti yakni menggunakan penelitian kuantitatif yaitu suatu penelitian yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk deskripsi dengan menggunakan angka dan statistik³³. Selain itu penelitian kuantitatif juga merupakan pengukuran dan data statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang dimintai untuk menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan presentasi tanggapan dari orang-orang.³⁴

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian korelasi. Penelitian korelatif adalah penelitian yang dirancang untuk menentukan tingkat keeratan hubungan variabel-variabel yang berbeda dalam populasi³⁵. Penelitian korelasi bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan antara dua variabel, dan apabila ada seberapa eratnya hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan

³³Husaini Usman dan R. Purnomo Akbar, *Pengantar Statistika* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 11.

³⁴Limas Dodi, *Metodologi Penelitian Science Methods; Metode Tradisional dan Natural Setting, berikut Teknik Penulisannya* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 59.

³⁵ Sevilla, C. G, dkk, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Jakarta: UII Press, 1993), 87.

itu.³⁶ Selain itu, penelitian menggunakan regresi sederhana yaitu regresi yang hanya melibatkan dua variabel yaitu satu variabel Independen X dan variabel Dependen Y. Adapun variabel tersebut sebagai berikut:

a. Variabel Independen (Variabel bebas)

Variabel bebas yaitu variabel yang menentukan arah atau perubahan tertentu pada variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel independen (bebas) adalah kualitas pelayanan (X).

b. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel terikat atau dependen, yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya (Y) adalah kepuasan konsumen indihome (Y).

B. Definisi Operasional

Untuk menjelaskan variabel-variabel yang sudah didefinisikan maka perlu definisi operasional dari masing-masing variabel sebagai upaya pemahaman dan penelitian. Definisi dari variabel-variabel yang diteliti adalah:

- a. Kualitas pelayanan (X) merupakan suatu tindakan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian produk untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan orang yang dilayani.

Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah pelayanan yang menggunakan teori dari Gregarius Chandra dengan indikator-

³⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), 239.

indikator berikut ini: keandalan, daya tanggap, kepastian atau jaminan, empati dan bukti langsung atau hal-hal yang terlibat.

- b. Kepuasan konsumen indihome (Y) merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.

Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen indihome yang menggunakan teori dari Rambat Lupiyoadi dengan indikator-indikator berikut ini: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga, dan Biaya.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di PT. TELKOM pusat Surabaya, yang beralamat di Jl. Mergoyoso No.1-3. Alasan peneliti memilih tempat tersebut lokasi ini berada di kota surabaya bagian utara sebagai objek penelitian karena: *pertama*, karena lokasi PT. TELKOM pusat Mergoyoso kota Surabaya strategis yaitu dekat dengan kota yang merupakan pusat kegiatan ekonomi masyarakat kota Surabaya dan sekitarnya. *Kedua*, terdapat beberapa lembaga penyediaan layanan yang sama dikota Surabaya sehingga hal tersebut menarik untuk dilakukan penelitian tentang loyalitas konsumen. *Ketiga*, PT. TELKOM pusat Surabaya memiliki cukup banyak konsumen yang menggunakan layanan atau pun jasanya.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran baik kuantitatif maupun kualitatif dari karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas³⁷. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT. TELKOM yang menggunakan jasa atau produk-produk PT. TELKOM pusat Mergoyoso kota Surabaya. Peneliti mengambil populasi selama tiga bulan yaitu bulan: bulan Desember 2018, Januari Febuari 2019. Hal ini karena PT. TELKOM menginformasikan data selama 3 bulan terakhir dalam masa penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Populasi yang diambil dari jumlah keluhan yang terakhir yaitu dibulan febuari dengan jumlah 530 pelanggan atau konsumen indihome.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti, oleh karna itu sampel dilihat sebagai pandangan terhadap populasi dan bukan poplasi itu sendiri. Sampel dalam penelitian kuantitatif merupakan objek yang diselidiki yang dianggap representatif untuk mewakili seluruh populasi yang ada. Sampel merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengambil sebagai konsumen populasi untuk mewakili seluruh konsumen populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive*

³⁷ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Prenada Media, 2005), 5.

sampling yaitu pengambilan sampel dengan tidak berdasarkan random melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang terfokus pada tujuan tertentu agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif. Sampel yang peneliti ambil dalam penelitian ini sebanyak 20% dari jumlah populasi.

Teknik pengambilan sampel menggunakan Rumus dari Suharsim Ari Kunto.³⁸

$$n = 20\% \times N$$

keterangan :

n : Jumlah sampel

N: Jumlah populasi

$$n = 20\% \times N$$

$$n = 0,2 \times 530$$

$$n = 106$$

Berdasarkan hasil dari hutungan dengan menggunakan rumus Suharmin Ari Kutno Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 106 orang konsumen yang menggunakan jasa pelayanan dan produk-produk indihome di PT. TELKOM pusat mergoyoso kota Surabaya.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber data

Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Data primer ialah data yang dikumpulkan dan diolah oleh peneliti langsung dari objeknya.

³⁸ Ibid 32-33

Berdasarkan penelitian ini data primer bersumber dari kuesioner yang disebar peneliti. Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain dan biasanya sudah dalam bentuk publikasi.³⁹ Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti lembaga penelitian swasta atau pemerintah maupun dari laporan-laporan, buku-buku, literature atau profil yang lainnya.

2. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, maka penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuesioner (angket). Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁴⁰ Data primer dalam penelitian ini adalah wawancara dengan konsumen di PT. TELKOM pusat kota Surabaya dan menyebarkan angket kepada responden. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari angket berupa:

- a. Beberapa butir pernyataan mengenai variabel (X) kualitas pelayanan.
- b. Beberapa butir pernyataan mengenai variabel (Y) kepuasan konsumen indihome.

³⁹Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: UPFEMY, 2003), 61

⁴⁰Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2008), 142.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bagi peneliti yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian⁴¹. Instrumen penelitian sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian. Berdasarkan penelitian ini, instrumen penelitian berupa pedoman angket (kuesioner) yaitu suatu lembaran berupa pernyataan dan pertanyaan yang harus dijawab responden. Angket ini akan digunakan sebagai alat untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan PT. TELKOM terhadap kepuasan konsumen indihome.

G. Analisis Data

Analisis data adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis terhadap data yang diperoleh agar dapat dipresentasikan kepada orang lain.⁴² Analisis data dapat dilakukan apabila data-data yang terkumpul dan selanjutnya data tersebut digunakan untuk menarik kesimpulan yang objektif dan logis. Secara garis besar, pekerjaan analisis data meliputi:

⁴¹ Rully Indrawan dan R.Poppy Yuniawati, *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan* (Bandung: PT. Rafika Aditama, 2014), 112.

⁴² Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, 103.

1. Persiapan

Kegiatan dalam langkah persiapan, antara lain: mengecek nama dan keterangan identitas pengisi. Mengecek kelengkapan data, artinya memeriksa isi instrumen pengumpulan data.⁴³

2. *Editing* (membersihkan diri)

Pada proses ini data yang telah masuk perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan dalam pengisiannya, barangkali ada yang tidak lengkap, palsu, tidak sesuai dan sebagainya.

3. *Scoring*

Pemberian skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. Tiap skor pada lembar jawaban angket tiap subjek, tiap skor dari item pertanyaan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat *option* (pilihan). Dalam penelitian ini pemberian skor sebagai berikut :

- a. Jawaban A diberi skor 5
- b. Jawaban B diberi skor 4
- c. Jawaban C diberi skor 3
- d. Jawaban D diberi skor 2
- e. Jawaban E diberi skor 1

4. Tabulasi data

Tabulasi adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisi yang dibutuhkan. Jawaban-jawaban yang serupa kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa

⁴³ I Made Wirartha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006), 252.

banyak peristiwa atau gejala atau item yang masuk dikelompokkan dengan cara diteliti dan diatur sedemikian rupa dalam peristiwa.

5. *Processing*

a. Uji Validitas dan Uji Realibilitas

1) Uji Validitas

Suatu instrumen baru dapat dipergunakan dalam penelitian apabila telah dinyatakan valid. Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen mampu mengukur apa yang ingin diukur. Sedangkan cara menguji validitas yaitu dengan mengukur korelasi antara butir-butir pernyataan dengan skor pertanyaan secara keseluruhan.⁴⁴ Untuk mengetahui valid atau tidak di setiap butir item maka teknik yang digunakan untuk menganalisis adalah dengan teknik analisa korelasi *pearson product moment*.

2) Uji Realibilitas

Realibilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian reabilitas dibantu dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*.⁴⁵ Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi *SPSS for windows 22*. Kriteria yang digunakan untuk menafsirkan hasil uji realibilitas, adalah:

⁴⁴ Prabu Budi Santoso dan Ashari, *Analisi dengan Microsoft Excel dan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 247-248.

⁴⁵ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999), 135

- a) Jika nilai t_{hitung} lebih besar dari taraf signifikan(α) = 0,5 maka angket dinyatakan reliabel.
- b) Jika nilai t_{hitung} lebih kecil dari taraf signifikan(α) = 0,5 maka angket dinyatakan tidak reliabel.

b. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis data statistik yang digunakan untuk mengetahui ukuran pemusatan data (*mean*), ukuran penyebaran data (standar deviasi, minimum, maksimum, dan *range*), serta distribusi data (skewness dan kurtosis).⁴⁶

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Pada penelitian ini menggunakan regresi sederhana, maka asumsi yang digunakan adalah uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk menguji apakah sampel penelitian merupakan jenis distribusi normal, maka digunakan pengujian menggunakan data deskriptif, menghitung nilai *kurtosis*, *skweness* dan *Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit Test*, grafik distribusi normal terhadap model yang diuji.⁴⁷

⁴⁶ Sofyan Yamin, *SPSS Complete* (Jakarta : Salemba Infotek, 2009)15.

⁴⁷ Dwi Priyatno, *Belajar Praktis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS & Prediksi Pertanyaan Pendarasan Skripsi dan Tesis* (Yogyakarta: Gava Media,2012), 60.

Pengambilan keputusan uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov.⁴⁸

- a) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Pada penelitian ini untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas pada data dilakukan dengan melihat grafik *scatter plot*.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan grafik *scatter plot*:

- a) Titik-titik data menyebar diatas atau dibawah atau disekitar angka nol
- b) Titik-titik data tidak hanya mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.

⁴⁸ V. Wiratna Sujaweni, *Belajar Mudah SPSS* (Yogyakarta : Ardana Media, 2008), 45.

- c) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
 - d) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.
- 3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara periode t dengan periode *cros section* sebelumnya ($t-1$). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan observasi sebelumnya.

Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* dan tidak perlu dilakukan pada data seperti pada questioner dimana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan.

Cara untuk mendeteksi adanya autokorelasi dalam penelitian ini dengan menggunakan *Durbin-Watson*. Secara garis besar tolak ukur untuk menyimpulkan adanya autokorelasi atau tidak adalah sebagai berikut:

- a. Jika DW lebih kecil dari d_l atau lebih besar dari $(4-d_l)$ maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- b. Jika DW terletak antara d_u dan $(4-d_u)$, maka H_0 diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.

c. Jika DW terletak antara d_l dan d_u atau antara $(4-d_u)$ dan $(4-d_l)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

d. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi bertujuan untuk menguji pengaruh variabel satu dengan variabel lain. Variabel yang dipengaruhi disebut variabel tergantung atau dependen, sedang variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas atau variabel independen. Regresi yang memiliki satu variabel dependen dan satu variabel independen, model persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :⁴⁹

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

a dan b = Konstanta

Pengambilan keputusan Uji Regresi Linier Sederhana sebagai berikut :

- 1) Jika $\text{Sig} > 0,05$ maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
- 2) Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

⁴⁹ Ibid, 137.

Cara kedua :

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
- 2) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

e. Analisis Korelasi *Pearson Product Moment*

Analisis Korelasi *Pearson Product Moment* adalah untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) yaitu pelayanan dan variabel terikat (Y) yaitu loyalitas Konsumen dan data terbentuk interval dan rasio. Analisis hubungan (korelasi) yaitu suatu bentuk analisis data dalam penulisan yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan atau bentuk arah hubungan diantara dua variabel atau lebih dan besarnya pengaruh yang disebabkan oleh variabel yang satu (variabel bebas) terhadap variabel lainnya (variabel terikat).⁵⁰

Dasar pengambilan keputusan Analisis Korelasi *Pearson Product Moment* :

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka berkorelasi.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak berkorelasi.

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut maka kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut⁵¹

⁵⁰ Ibid, 187.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D* , 284.

Tabel 3.1
Interpretasi Koefisien Nilai r

Koefisien	Tingkat hubungan
0,80-1,000	Sangat Kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Cukup Kuat
0,20-0,399	Rendah
0,00-0,199	Sangat Rendah

d. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (r^2) yang berkaitan dengan variabel bebas dan variabel terikat. Secara umum dikatakan bahwa r^2 merupakan kuadrat korelasi antara variabel yang digunakan sebagai *predictor* dan variabel yang memberikan *response*. Koefisien determinasi dalam analisis regresi biasanya dijadikan dasar dalam menentukan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Koefisien determinasi (r^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.⁵² Dalam penelitian ini perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel X (pelayanan) dalam menjelaskan variabel terikat Y (loyalitas Konsumen). Kriteria pengujian $R^2 = 0$,

⁵² Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79.

artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika R^2 semakin mendekati 1, yang berarti mendekati 100% artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.