

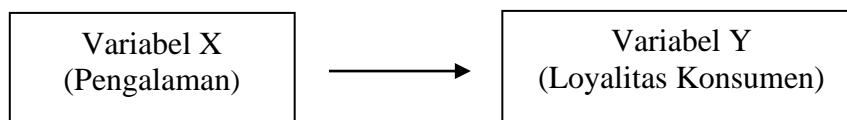
BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Kuantitatif yakni lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan penaksiran kuantitatif yang kokoh.²⁹ Tujuan dibuatnya rancangan ini diharapkan seorang peneliti lebih cepat dan mudah dalam penelitian.

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan yakni penelitian korelasi dan regresi. Penelitian korelasi berguna menentukan kebersamaan yang menyatakan seberapa kuat hubungan variabel dengan variabel lain. Hal ini karenakan, peneliti berusaha untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan dan pengaruh antara Variabel (x) pengalaman dengan Variabel (y) loyalitas pelanggan.



B. Definisi Operasional Variabel

1. Pengalaman

Menurut Smilansky, pengalaman adalah proses mengidentifikasi dan memuaskan kebutuhan pelanggan dan aspirasi yang menguntungkan, melibatkan pelanggan melalui komunikasi.³⁰

²⁹Husain Umar, *Metode Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*,(Jakarta:Grameia Pustaka Ulama,1999),39

³⁰ Smilansky, *Experiential Marketing*, (London:Kogan Page,2009),13

2. Loyalitas Konsumen

Menurut Tjiptono, loyalitas konsumen adalah komitmen untuk bertahan secara mendalam dengan melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali dengan produk dan jasa yang diminati secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dengan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perilaku berpindah.³¹

Tabel 3.1
Operasional Variabel X

No	Variabel	Indikator Variabel	Deskripsi Variabel
1	Pengalaman (X)	Panca Indera	Panca indera menciptakan rasa
2		Perasaan	Perasaan melalui pembelian produk/jasa
3		Berpikir	Berpikir melakukan pembelian produk/jasa
4		Tindakan	Konsumen mendapat pengalaman
5		Hubungan	Konsumen menggunakan produk/jasa sebagai gaya hidup ³²

Sumber: Dewi Maksudah (2010)

³¹Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Malang:Bayu Media,2006),387

Tabel 3.2
Operasional Variabel Y

No	Variabel	Indikator Variabel	Deskripsi Variabel
1	Loyalitas Konsumen (X)	Melakukan pembelian secara teratur	a. Konsumen melakukan pembelian ulang dalam jumlah banyak b. Konsumen membeli produk tambahan
2		Membeli antar lini produk dan jasa	Membeli produk dan jasa pada perusahaan yang sama.
3		Mereferensikan kepada orang lain	a. Konsumen memberi rekomendasi produk ke orang lain b. Konsumen menyampaikan hal positif ke orang lain
4		Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing	Mendemonstrasikan keunggulan produk

Sumber: Ahmad Afandi (2013)

C. Lokasi Penelitian

Jalan Sunan Ampel No.7 Ngronggo Kediri kampus IAIN Kediri tepatnya pada mahasiswa prodi ekonomi syariah IAIN Kediri angkatan tahun 2017.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³³ Dalam penelitian ini populasinya adalah mahasiswa ekonomi syariah IAIN Kediri angkatan 2017 yang berjumlah 47 mahasiswa.

2. Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto, sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³⁴ Ukuran sampel sangat ditentukan oleh besarnya ukuran populasi. Untuk populasi dengan ukuran kurang dari 100, sampel dapat diambil seluruhnya (seluruh anggota sampel atau disebut juga sebagai sampel total). Selanjutnya, jika semua subyeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.

Teknik pengumpulan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik random sampling (sampel yang digunakan acak) didalam populasi semua obyek semua obyek dianggap sama, dengan demikian maka penelitian memberi kesempatan yang sama

³³Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineke Cipta, 2010), 100

³⁴Ibid, 113

kepada setiap obyek untuk menjadi sampel.³⁵ Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 47 mahasiswa prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2017 yang menggunakan jasa layanan *Go-ride* pada Go-jek.

E. Data dan Sumber Data

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah para mahasiswa prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2017, dan ini dapat digolongkan menjadi dua kelompok, yaitu:

1. Data primer adalah data yang diperoleh oleh peneliti dari sumber asli. Data primer dari penelitian ini diperoleh langsung dari penyebaran pertanyaan pada mahasiswa prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2017.
2. Selain data primer, sebagai pendukung dalam penelitian ini Penulis juga menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen atau lewat orang lain. Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari jurnal penelitian terdahulu, buku, majalah, jurnal, dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data berdasarkan jenis cara pengumpulan dapat dikelompokkan dalam empat bagian, yaitu pengamatan (observasi), penelusuran *literature*, penggunaan angket (*kuisisioner*), dan wawancara

³⁵Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis/Pendekatan Kuantitatif*, (Bandung:Alfabeta, 2012), 116

(*interview*). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara:

1. Penggunaan angket (*kuisisioner*)
2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah cara pengumpulan informasi yang didapatkan dari dokumen.³⁶ Teknik ini dilakukan untuk mengumpulkan data yang mendukung dan berhubungan dengan penelitian berupa sumber informasi berupa dokumen internal seperti data mahasiswa prodi Ekonomi Syariah, gambaran umum fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri pun dokumen eksternal berisi bahan-bahan informasi berupa buku dan jurnal ilmiah yang berkaitan dengan penelitian.

G. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiono, instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun fenomena sosial yang diamati.

Oleh karena itu dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan instrument sebagai berikut:

1. Pedoman angket (*kuisisioner*)

Alat untuk memperoleh jawaban dari isi pertanyaan-pertanyaan yang telah disediakan untuk mengumpulkan data yaitu dengan menyebut angket (*kuisisioner*) berisi pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan variabel kepada responden penelitian ini

³⁶Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pratik*, (Jakarta: Rineke Cipta, 2010), 270

yaitu mahasiswa prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2017.

2. Pedoman dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan-catatan, buku-buku, surat kabar, majalah, internet dan lain-lain yang berkaitan dengan seluk beluk suatu objek. Alat ini dipilih sebagai alat untuk mengetahui data profil produk jasa transportasi Go-jek dan profil mahasiswa prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2017.

H. Analisis Penelitian

Analisis data adalah proses pelacakan dan pengaturan secara system terhadap data yang diperoleh agar dapat dipresentasikan kepada orang lain.³⁷ Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokan data berdasarkan variable dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variable dari seluruh responden, menyajikan data tiap variable yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Tujuan dari teknis analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul.

Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dimana, analisis data kuantitatif merupakan metode analisis dengan menggunakan angka-angka yang dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif ini dimaksudkan untuk memperkirakan

³⁷Muhammad, *Metodologi Penelitian Islam; Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: UMY, 2003), 61

besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan alat analisis *statistic*. Pada penelitian ini, data akan diolah menggunakan *software* komputer yaitu SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 21. Berikut ini merupakan langkah-langkah mengolah data setelah terkumpul:

1. *Editing*

Data yang masuk (*Row data*) perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan dalam pengisiannya, barangkali ada yang tidak lengkap, palsu tidak sesuai, dan sebagainya. Pekerjaan mengoreksi atau melakukan pengecekan ini disebut *editing*.³⁸ Jawaban semua yang didapat dari responden perlu diadakan pembersihan atau pemeriksaan ulang dikarenakan tidak semua jawaban yang diberikan responden itu benar, apakah semua jawaban sudah dijawabnya, apakah sudah benar dan sesuai dengan keadaan, dan lain-lain.

2. *Coding dan Categoring*

Proses berikutnya adalah *Coding*, yaitu pemberian tanda atau symbol atau kode bagi tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama.³⁹ Dalam penelitian *Coding* dan *Categoring* adalah:

- a. Untuk variabel pertama, yaitu pengalaman (X)
- b. Untuk variabel yang kedua, yaitu loyalitas konsumen (Y)

³⁸Ibid,81

³⁹Ibid,82

3. *Scoring*

Scoring adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberikan skor.⁴⁰ Proses ini adalah pemberian skor atau angka pada lembar jawaban angket yang ditentukan sesuai dengan peringkat option (pilihan) sebagai berikut: Bobot Penilaian Setiap Jawaban

Tabel 3.3
Bobot Penilaian Setiap Jawaban

Alternatif Jawaban	Skor Penilaian
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Teknik *scoring* ini dibuat sedemikian, supaya terlihat jelas skor masing-masing pada tiap *option* (pilihan).

4. *Tabulasting Data*

Jawaban-jawaban semula dikelompokkan dengan cara yang diteliti dan teratur, kemudian dihitung dan dijumlahkan beberapa banyak peristiwa, gejala atau item yang termasuk dalam suatu kategori.⁴¹ Tabulasi data memasukan nilai-nilai rata-rata angket sesuai dengan kategori yang ditentukan ke dalam tabel sajian data maupun analisis data.

⁴⁰Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Riene Cipta, 2003), 241

⁴¹Marzuki, *Metode Research*, (Yogyakarta: PT. Prasetya Wilis, 2009), 83

5. *Processing* (Proses)

Processing adalah menghitung dan mengolah atau menganalisis dengan statistik.⁴² Adapun teknik analisisnya adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrumen alat ukur telah menjalankan fungsi ukurnya. Uji validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu skala pengukuran disebut valid ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur.⁴³

Untuk penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, langkah dalam melakukan uji validitas tiap pertanyaan adalah mencari r hitung, atau bias disebut sebagai angka korelasi *Pearson*. Biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikan 5% atau 0,05% artinya suatu item dianggap validitas dilakukan menggunakan bantuan computer program SPSS versi 21.0. Syarat bahwa item-item dikatakan valid adalah apabila nilai korelasi r hitung harus positif dan lebih besar atau sama dengan r tabel, dimana untuk subjek ketentuan $df=N-2$.⁴⁴

⁴²Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta:Raja Grafindo,2008),184

⁴³Ibid,174

⁴⁴Tika Pabunda, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta:Busi Aksara,2003),41

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap instrumen. Suatu instrumen dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi (konsisten) jika hasil dari pengujian instrumen tersebut menunjukkan hasil yang tetap. Uji reabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan suatu alat ukur.⁴⁵

c. Uji asumsi klasik

1) Uji normalitas

Digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat (*dependen*) dan variabel bebas (*independen*) atau keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak.

2) Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen.⁴⁶ Model regresi dinyatakan tidak ada multikolinieritas jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) tidak lebih dari 10.⁴⁷

3) Uji heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi

⁴⁵Tomi Wijaya, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta:Graha,2003),97

⁴⁶Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariatle dengan Progam SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Yndip Semarang,2005),91

⁴⁷Suliyanto, *Ekonomerika Terapan:Teori dan Aplikasi dengan SPSS*,(Yogyakarta:Andi,2011),82

terdapat ketidaksamaan varians. Dasar analisis:

- a) Jika ada tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang) melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4) Uji autokorelasi

Uji ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara faktor pengganggu yang satu dengan lainnya. Tes *Durbin Watson* dapat digunakan untuk menguji ada tidaknya autokorelasi.

d. Uji korelasi ganda (*multiple correlate*)

Uji korelasi ganda adalah suatu nilai yang memberikan kuatnya pengaruh atau hubungan dua variabel atau lebih secara bersama-sama dengan variabel lain. Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertear pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.4
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien
Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2014)

e. Uji regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor *predictor* dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi, persamaan regresi untuk dua *prediktor* adalah.⁴⁸

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (loyalitas konsumen)

A = Konstanta

B = Koefisien regresi yaitu besarnya perubahan terjadi pada Y jika satu unit perubahan pada variabel bebas (variabel X)

X1 = Variabel bebas (persepsi konsumen)

X2 = Variabel bebas (sikap konsumen)

⁴⁸Sugiyono, *Statiska*, 275

e = nilai residu

f. Uji hipotesis

1) Uji F

Pengujian simulan (uji f) bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan berdasarkan profitabilitas. Penarikan kesimpulan tingkat signifikan digunakan untuk menyatakan apakah dua variabel mempunyai hubungan dengan syarat sebagai berikut:

- a) Jika $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima artinya tidak terdapat hubungan.
- b) Jika $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak artinya terdapat hubungan.

Penarikan kesimpulan berikut:

- a) $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima, artinya secara bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel dependen.
- b) $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

2) Uji T

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel

bebas (independen) secara parsial terhadap variabel terikat (dependen).

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ jadi H_0 diterima

$t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ jadi H_0 ditolak

3) Koefisien determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi.⁴⁹ Untuk menghitung R^2 digunakan rumus sebagai berikut: nilai R^2 akan berkisar 0 sampai 1. Apabila nilai $R^2 = 1$ menunjukkan bahwa 100% total varians diterangkan oleh varian persamaan regresi, atau variabel bebas baik X_1 maupun X_2 mampu menerangkan variabel Y sebesar 100%. Sebaliknya apabila $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa tidak ada total varian yang diterangkan oleh varian bebas dari persamaan regresi baik X_1 dan X_2 .

⁴⁹Purwanto dan Suharyanto, *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat), 514