

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Berdasarkan tema “pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo pada santriwati Pondok Pesantren Avissina Ngronggo Kediri”, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui.<sup>1</sup> Adapun jenis penelitian ini adalah korelasi, yaitu jenis penelitian yang bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana variasi pada satu variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variabel lain.<sup>2</sup> Jadi pola ini untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan kartu Indosat Ooredoo pada santriwati Pondok Pesantren Avissina Kediri.

Adapun variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini ada dua macam, yaitu:

1. Variabel bebas (*independen*) adalah variabel yang menjadi sebab terpengaruhnya variabel terikat (*dependen*).<sup>3</sup> Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

---

<sup>1</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 37.

<sup>2</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 8.

<sup>3</sup> Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurrahman, *Analisis Korelasi Regresi dan Jalur dalam Penelitian* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2009), 14.

2. Variabel terikat (*dependen*) adalah variabel yang nilainya di pengaruhi oleh variabel bebas (*independen*). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan.

## **B. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan konsumen (X)

Kepuasan Konsumen (X) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan di bandingkan dengan harapannya.<sup>4</sup> Kepuasan konsumen di ukur dengan berdasarkan indikator-indikator yaitu: *attributes related to the product, attributes related to the service, attributes related to the purchase.*<sup>5</sup>

2. Loyalitas Pelanggan (Y)

Loyalitas pelanggan (Y) adalah suatu ukuran keterikatan konsumen terhadap sebuah merek. Ukuran ini mampu memberikan gambaran tentang mungkin tidaknya pelanggan beralih ke merek produk yang lain, apabila merek di dapati adanya perubahan baik menyangkut harga maupun atribut lain. Loyalitas pelanggan di ukur dengan berdasarkan indikator-indikator, yaitu: minat membeli kembali, kesetiaan terhadap pembelian produk, dan keinginan untuk merekomendasikan.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2014), 354.

<sup>5</sup> Margaretha Ardhanari, “*Customer Satisfaction Pengaruhnya terhadap Brand Preference dan Repurchase Intention Private Brand*”, 2 (2008).

<sup>6</sup> Darmadi Duriyanto, *Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 32.

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel X**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator Variabel</b>	<b>Deskripsi Indikator Variabel</b>
Kepuasan Konsumen	<i>Attributes related to the product</i> (atribut yang terkait dengan produk)	Menunjukkan kepuasan yang di ukur berdasarkan atribut yang terkait dengan produk. Seperti, harga, kualitas, fitur, dan desain <i>starter pack</i> .
	<i>Attributes related to the service</i> (atribut yang terkait dengan layanan)	Menunjukkan kepuasan yang di ukur berdasarkan atribut yang terkait dengan layanannya. Seperti, masa aktif.
	<i>Attributes related to the purchase</i> (atribut yang terkait dengan pembelian)	Menunjukkan kepuasan yang di ukur berdasarkan atribut yang terkait dengan pembelian. Seperti, reputasi dan inovasi.

*Sumber: Ardhanari (2008) dalam Skripsi Laksono (2012)*

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel Y**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator Variabel</b>	<b>Deskripsi Indikator Variabel</b>
Loyalitas Pelanggan	Minat membeli kembali	Menunjukkan loyalitas yang di ukur dari minat membeli kembali
	Kesetiaan terhadap pembelian produk	Menunjukkan loyalitas yang di ukur dari lebih memprioritaskan memilih produk Indosat Ooredoo daripada yang lain
	Keinginan untuk merekomendasikan	Menunjukkan loyalitas yang di ukur dari merekomendasikan produk pada orang lain

*Sumber: Durianto (2001) dalam skripsi Sutrisni (2010).*

### **C. Sumber Data Penelitian**

Sumber data adalah subjek dari mana data di peroleh. Sumber data ini terbagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang di peroleh peneliti dari sumber asli, dapat di kumpulkan melalui kuesioner maupun

wawancara.<sup>7</sup> Data primer dalam penelitian ini berupa data mengenai gambaran umum responden, penilaian umum responden mengenai kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan kartu Indosat Ooredoo.

Sedangkan data sekunder adalah data yang di peroleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah di kumpulkan dan di olah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi<sup>8</sup>

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Adapun metode pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

##### **1. Metode Angket atau Kuesioner**

Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya.<sup>9</sup>

Dalam metode ini peneliti menggunakan angket terstruktur yaitu jawaban yang di ajukan sudah di sediakan oleh peneliti. Data yang di peroleh dalam penelitian ini berupa jawaban atas rumusan masalah yaitu:

- a. Kepuasan konsumen dalam menggunakan produk kartu Indosat Ooredoo.
- b. Loyalitas pelanggan terhadap kartu Indosat Ooredoo.
- c. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan kartu Indosat Ooredoo.

---

<sup>7</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: UPFE UMY, 2003), 60.

<sup>8</sup> Ibid., 61.

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 142.

## 2. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang di gunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan-catatan, buku,buku surat kabar, majalah, internet, dan lain-lain yang berkaitan dengan seluk beluksuatu objek.<sup>10</sup>

Metode ini di gunakan untuk memperoleh data mengenai:

- a. Segala hal yang terkait dengan produk Indosat Ooredoo.
- b. Sejarah Pondok Pesantren Avissina.
- c. Jumlah santri pada Pondok Pesantren Avissina.

Data mengenai Indosat Ooredoo diperoleh melalui *website* resmi produk Indosat Ooredoo. Sedangkan untuk data mengenai santri diperoleh secara langsung oleh peneliti dari pengurus Pondok Pesantren tersebut dan data yang ada sesuai yang di perlukan peneliti.

## E. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya.<sup>11</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah santriwati Pondok Pesantren Avissina yang menjadi pelanggan Indosat Ooredoo yaitu sebanyak 93 santriwati.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki

---

<sup>10</sup> Irawan Soehartono, *Metodologi Penelitian Sosial* (Bandung: Remaja Rosdakarya. 1995), 69.

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 80.

oleh populasi tersebut.<sup>12</sup> Teknik pengambilan sampel yang di gunakan adalah *simple random sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi di lakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.<sup>13</sup>

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 93 santriwati atau seluruh santriwati yang menjadi pelanggan Indosat Ooredoo dengan alasan karena populasinya di bawah 100 sesuai dengan pendapat Suharsimi Arikunto yaitu jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat di ambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.<sup>14</sup>

## **F. Analisis Data**

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar.<sup>15</sup> Analisis data di lakukan apabila data-data yang di perlukan telah terkumpul dan selanjutnya data tersebut di gunakan untuk menarik kesimpulan yang objektif dan logis.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka peneliti menggunakan analisis *korelasi product moment* dan analisis *regresi* sebagai analisisnya dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*)<sup>21</sup>.

Adapun langkah-langkah mengolah data setelah data terkumpul adalah:<sup>16</sup>

---

<sup>12</sup> Ibid., 81.

<sup>13</sup> Ibid., 82.

<sup>14</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 112.

<sup>15</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), 29.

<sup>16</sup> Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 2006), 81.

### 1. *Editing* (Membersihkan Data)

Data yang masuk (*raw data*) perlu di periksa apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan dalam pengisiannya, barangkali ada yang tidak lengkap, palsu, tidak sesuai, dan sebagainya. Pekerjaan mengkoreksi atau melakukan pengecekan ini di sebut *editing*. Jawaban yang di dapat dari responden perlu di adakan pembersihan atau pemeriksaan kembali karena tidak semua jawaban yang di berikan responden itu benar, apakah semua jawaban sudah di jawabnya, apakah sudah benar dan sesuai dengan keadaan, dan lain-lain.

### 2. *Coding* dan *Categorizing*

Proses berikutnya adalah *coding*, yaitu pemberian atau pembuatan kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Sedangkan kategori adalah penggolongan data yang ada pada daftar pernyataan ke dalam kategori variabelnya masing-masing.

Dalam penelitian ini *coding* dan *categorizing* adalah sebagai berikut:

- a. Untuk variabel pertama, yaitu kepuasan konsumen (X).
- b. Untuk variabel kedua, yaitu Loyalitas Pelanggan (Y).

### 3. *Scoring* (memberi skor)

*Scoring* adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu di beri skor. Proses ini adalah pemberian skor atau angka pada lembar jawaban angket tiap subjek, tiap skor dari item pernyataan dari angket di tentukan sesuai dengan peringkat *option* (pilihan).

Penentuan skor untuk pernyataan positif sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) bobot nilai : 5
- b. Setuju (S) bobot nilai : 4
- c. Netral (N) bobot nilai : 3
- d. Tidak Setuju (TS) bobot nilai : 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) bobot nilai : 1

Sedangkan penentuan skor untuk pernyataan negatif sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) bobot nilai : 1
- b. Setuju (S) bobot nilai : 2
- c. Netral (N) bobot nilai : 3
- d. Tidak Setuju (TS) bobot nilai : 4
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) bobot nilai : 5

#### 4. *Tabulasi* (Penyusunan Tabel)

*Tabulasi* adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah di beri kode sesuai dengan analisis yang di butuhkan. Jawaban-jawaban yang serupa di kelompokkan dengan cara teliti dan teratur, kemudian di hitung dan di jumlahkan berapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang masuk dalam kategori.

#### 5. *Processing* (Proses)

*Processing* adalah menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik.<sup>17</sup> Pada tahap ini peneliti menggunakan bantuan program

---

<sup>17</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 171.

SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) 21 dengan menggunakan analisis statistik sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan analisis korelasi *product moment* dengan bantuan aplikasi SPSS *for windows* 21.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat di percaya atau dapat di andalkan. Pengujian reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 21.

c. Analisis Deskriptif

Data yang di peroleh kemudian di deskripsikan agar pembaca bisa mudah dalam memahaminya. Data ini berguna untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan tingkat loyalitas pelanggan terhadap kartu seluler Indosat Ooredoo.

d. Uji Normalitas

Di gunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat di lakukan dengan beberapa cara. Cara yang pertama adalah membuat grafik distribusi normal dengan bantuan program SPSS.

Cara yang kedua adalah melakukan pengujian secara statistik dengan cara menghitung nilai kurtosis dan skewnessnya.

e. Uji t

Uji t di gunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

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

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

Uji F dalam penelitian ini tidak di perlukan karena uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Sehingga untuk uji hipotesis hanya di gunakan uji t karena variabel yang di pakai dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variabel bebas sehingga tidak perlu untuk menguji pengaruh bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat.

f. Analisis Korelasi

Korelasi *Pearson Product Moment* adalah untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel tak bebas (Y) dan data terbentuk interval dan rasio.<sup>18</sup>

Langkah-langkah untuk menentukan nilai korelasi (r) adalah sebagai berikut:

1. Membuat tabel penolong
2. Menghitung nilai r

---

<sup>18</sup> Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua* (Jakarta: Bumi Aksara , 2006), 197.

Rumus:

$$r = \frac{\Sigma xy - \frac{(\Sigma x)(\Sigma y)}{n}}{\sqrt{\left(\Sigma x^2 - \frac{(\Sigma x)^2}{n}\right) \left(\Sigma y^2 - \frac{(\Sigma y)^2}{n}\right)}}$$

Keterangan:

r : Korelasi PPM

n : Jumlah sampel

x : Variabel bebas (kepuasan konsumen)

y : Variabel terikat (loyalitas pelanggan)

**Tabel 3.3**  
**Interpretasi nilai r *Product Moment***

<b>Besarnya “r” <i>Product Moment</i></b>	<b>Interpretasi</b>
0,00 – 0,20	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh, tapi sangat lemah sekali sehingga korelasi ini di abaikan dan di anggap tidak ada korelasinya
0,20 – 0,40	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang lemah atau rendah
0,40 – 0,70	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang sedang atau cukupan
0,70 – 0,90	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang tinggi
0,90 – 1,00	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang sangat tinggi.

g. Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan rumus regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut rumus regresi yang di gunakan:

$$Y = a + bX + e$$

Y : Variabel terikat (loyalitas pelanggan)

a : Konstanta

X : Variabel bebas (kepuasan konsumen)

b : koefisien regresi

e : Error item