

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Model penelitian adalah proses cara kerja ilmiah yang dilaksanakan secara sistematis, terarah dan objektif dalam menemukan solusi dari permasalahan yang ada pada penelitiain (Zaluchu, 2020). Model penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Menurut (Zaluchu, 2020) penelitian kuantitatif adalah fokus kepada aspek aspek behavioristik dan empiris yang bersumber dari gambaran dilapangan, yang kemudian menjadi landasan dalam penelitian.

Pemilihan penggunaan metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggabungkan informasi sebagai *list* pernyataan kemudian akan diisi oleh responden yang memberikan data otentik berkaitan dengan kebenaran populasi atau sampel secara real, jika populasinya terlalu besar (Zaluchu, 2020). Pada penelitian ini menggunakan 2 *variable* kemudian di ukur aspek hubungannya dari *variable* yang digunakan dalam penelitian, yakni *idenpendent variable* dan *dependent variable*. Dimana *idenpendent variabel* yaitu emosional (X1), kepuasan (X2) dan kepercayaan (X3) sedangkan *dependent variable* yaitu loyalitas pelanggan (Y).

3.2 Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan pembatas variabel dan sebagai alat ukur variabel untuk proses penelitian (Ulfa, 2019). Pada penelitian ini terbagi dua variabel yaitu variabel independen dan variable dependen. Variabel independen

dalam penelitian ini emosional, kepuasan dan kepercayaan dan variabel dependen pada penelitian ini loyalitas pelanggan.

3.2.1 Variabel Independen

Variabel independen atau kata lain dari variabel yang bisa mempengaruhi merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen, yaitu:

1. Emosional (X1) sebagai *idenpendent variable*

Emosi merupakan rasa yang bisa dimiliki oleh setiap individu. Sedangkan emosional didefinisikan sebagai perasaan yang timbul karena alasan tertentu. adapun indikator dari emosional, yaitu:

1. *Brand love.*
2. *Brand attachment.*
3. *Brand passion .*
4. *Self brand identification.*

2. Kepuasan (X2) sebagai *idenpendent variable*

Rasa puas yang dirasakan oleh klien bisa diperoleh berdasarkan hasil kinerja yang mereka terima. Perasaan senang yang lahir dari seseorang karena kebutuhan atau keinginannya bisa tercapai, meskipun untuk memperoleh hal tersebut melalui usaha yang giat dan pengorbanan. Adapun indikator dari kepuasan, yaitu:

1. Timbul rasa puas.
2. Sering membeli kembali produk.
3. Tercapainya harapan klien setelah membeli produk.

4. Menimbulkan keputusan membeli kembali di perusahaan yang sama.
3. Kepercayaan (X3) sebagai *idenpendent variable*

Kepercayaan ialah keinginan klien guna bertopang pada orang lain dengan dasar memiliki kepercayaan kepada orang lain tersebut. Adapun indikator dari kepercayaan, yaitu:

1. Kesungguhan/ketulusan (*Benevolence*).
2. Kemampuan (*Ability*).
3. Integritas (*Integrity*).

3.2.2 Variabel Dependen

Variabel dependen atau kata lain dari variabel yang dipengaruhi merupakan variabel yang menjadi sebab atau dampak bagi variabel lain. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel dependen, yaitu:

1. Loyalitas pelanggan (Y) sebagai *dependent variable*

Kemauan pelanggan guna berlangganan pada sebuah perusahaan dalam waktu panjang, dengan memakai barang dan jasanya secara terus-menerus dan dengan sukarela menyarankan kepada orang lain. Adapun indikator loyalitas pelanggan, yaitu:

1. Menggunakan jasa secara berulang dan membayar lebih.
2. Komitmen dan menggunakan semua jasa yang ditawarkan.
3. Merekomendasikan kepada orang lain dan mencerminkan kepada orang lain.
4. Menolak untuk menggunakan jasa lain dan tidak setia terhadap jasa tersebut.

Dari penjabaran variabel di atas, dapat dilampirkan data sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Emosional (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Brand love</i> 2. <i>Brand attachment</i> 3. <i>Brand passion</i> 4. <i>Self brand identification</i> 	Likert
Kepuasan (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Timbul rasa puas 2. Sering membeli kembali produk 3. Tercapainya harapan klien setelah membeli produk 4. Menimbulkan keputusan membeli kembali di perusahaan yang 	Likert
Kepercayaan (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesungguhan/ketulusan (<i>Benevolence</i>) 2. Kemampuan (<i>Ability</i>) 3. Integritas (<i>Integrity</i>) 	Likert
Loyalitas Pelanggan (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Secara teratur melakukan pembelian ulang (<i>Regularly make repeat purchases</i>) 2. Melakukan pembelian di semua jenis produk atau jasa (<i>Make purchases across all types of products or services</i>) 3. Menyarankan kepada orang lain (<i>Suggest to others</i>) 4. Menolak untuk menggunakan produk yang sama dari perusahaan lain (<i>Refuse to use the same product from another company</i>) 	Likert

Sumber: Data Sekunder, 2022

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan himpunan dari keseluruhan individu, subjek dan objek yang saling berkaitan (Handayani & Ines Ikasari, 2019). Populasi yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 295 populasi, dimana populasi ini di

ambil dari bulan januari sampai bulan juni klien Kantor Notaris dan PPAT Debora Ekawati Lukman Dadali, S,H.

3.3.2 Teknik Penentuan Jumlah Sampel

Sampel merupakan teknik pengambilan sebagian dari seluruh data responden yang akan digunakan. Konsep pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini memakai rumus slovin. Berikut terlampir rumus slovin:

Rumus 3.1 Rumus slovin

$$n = \frac{N}{1 + N (e^2)}$$

Sumber: (Hardianto et al., 2021)

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

E : Batasan toleransi kesalsahan (0.05)

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat ditentukan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{295}{1 + 295 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{295}{1,7375}$$

$n = 169,78$ digenapkan sampel menjadi 170

Berdasarkan rumus slovin di atas, maka jumlah sampel yang dihasilkan adalah 170 sampel.

3.3.3 Teknik Sampling

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* yaitu merupakan cara pengambilan data berdasarkan standar tertentu untuk menghasilkan sampel yang akurat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yang menurut sugiyono di dalam (Dewantoro, 2019) merupakan cara menentukan sampel dengan karakteristik tertentu. sehingga peneliti menentukan karakteristik penelitian memakai ketentuan sampel yang digunakan yaitu responden yang digunakan adalah klien dari kantor Notaris dan PPAT Debora Ekawati Lukman Dadali, S.H.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dalam memperoleh data menggunakan kuesioner untuk menghasilkan jawaban pernyataan yang telah disebar kepada responden. Kuesioner disebar kepada klien kantor Notaris dan PPAT Debora Ekawati Lukman Dadali, S.H. kuesioner disebar melalui *link google form* berdasarkan skala likert.

Menurut (Ihya et al., 2021) skala likert digunakan untuk memberikan gambaran rasa yakin kepada responden mengenai jawaban yang akan dijawab dan menyesuaikan dengan pernyataan pada kuesioner. Berikut skor dari skala likert:

Tabel 3.2 Skala Likert

No.	Skala Likert	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Ihya et al., 2021)

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif

Menurut sugiyono di dalam (Oscar, 2019) menyatakan analisis deskriptif merupakan data yang akan digunakan untuk menganalisa dengan cara mendefinisikan atau menggambarkan data yang sudah ada dan tidak berlaku secara keseluruhan.

Tabel 3.3 Rentang Skala

No	Rentang Skala	Kategori
1	170 - 306	Sangat Tidak setuju
2	307 - 442	tidak setuju
3	443 - 578	Netral
4	579 - 714	Setuju
5	715 - 850	Sangat Setuju

Sumber: Pengolahan Data SPSS 25 (2023)

3.5.2 Uji Kausalitas Data

3.5.2.1 Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran ketetapan dari data yang telah terjadi terhadap objek penelitian. Uji validitas menurut (Lestari, Farida, & Chamidah, 2019)

adalah uji yang dipergunakan dalam mengukur sah (valid) atau tidak sahnya dari suatu pernyataan kuesioner. Berikut kriteria untuk pengujian validitas, yaitu:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka disebut valid (H_0 diterima)
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka disebut tidak valid (H_0 ditolak)

3.5.2.2 Uji reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks pengukur dengan menggunakan alat ukur untuk mengetahui kesamaan hasil. (Lestari, Farida, & Chamidah, 2019) menyebutkan reliabilitas adalah uji yang dipergunakan untuk menghasilkan keakuratan suatu pernyataan kuesioner. Berikut kriteria untuk pengujian reliabilitas:

1. Jika hasil $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka *cronchbach's alpha* diterima (reliable)
2. Jika hasil $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka *cronchbach's alpha* tidak diterima (tidak reliable)

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut (Kurniawan, 2014: 156), uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis ordinary least square (OLS). Ada beberapa uji yang sering dilakukan dalam uji asumsi klasik di antaranya adalah uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang telah terdistribusi normal atau tidak (Mardiatmoko, 2020). Jika hasil residual normal maka model regresi yang digunakan baik. Cara mengetahui normalitas residual

bisa menggunakan analisis histogram, grafik normal P-P Plot dan Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*.

3.5.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan suatu situasi jalinan hubungan linear yang sempurna (Mardiatmoko, 2020). Bisa dikatakan terjadi multikolinieritas jika terdapat fungsi hubungan linear yang sempurna terhadap variabel independen. Atau bisa menggunakan persamaan nilai $VIF < 10$ dan nilai $tolerance > 0.1$.

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan suatu situasi terciptanya ketidakselarasan varian dari residual terhadap keseluruhan pengamatan pada model regresi. Untuk melakukan pengujian bisa menggunakan *scatterplot*, jika titik-titik menyebar maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.4 Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pada variabel independen dan variabel dependen (Lestari, Farida, & Chamidah, 2019). Dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh emosional, kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga persamaan yang digunakan untuk mencari pengaruh analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Sumber: (Lestari, Farida, & Chamidah, 2019)

Keterangan :

Y = Variable dependen yaitu loyalitas pelanggan

α = konstanta

X₁ = variabel independen yaitu Emosional

X₂ = variabel independen yaitu Kepuasan

X₃ = variabel independen yaitu Kepercayaan

3.5.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Menurut santoso slamet di dalam (Lestari, Farida, & Chamidah, 2019) analisis ini digunakan pada saat menentukan besarnya variasi yang dihasilkan dari variabel dependen. Adapun persamaannya yaitu $0 < R_2 < 1$, jika koefisiensi determinan 0 maka variabel dependen tidak memiliki pengaruh dan jika koefisiensi determinan 1 maka variabel dependen memiliki pengaruh.

3.5.5 Uji Hipotesis

3.5.5.1 Uji Parsial (Uji T)

Santoso slamet di dalam (Lestari, Farida, & Chamidah, 2019) menyatakan uji ini digunakan ketika ingin menguji hasil signifikansi dari pengaruh independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 25. Adapun kriteria dalam pengukuran uji t, sebagai berikut:

1. Jika hasil probabilitas signifikansi < 0.05 maka H_a diterima.
2. Jika hasil probabilitas signifikansi > 0.05 maka H_a ditolak.

3.5.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Pendapat santoso slamet di dalam (Lestari, Farida, & Chamidah, 2019) mengatakan bahwa uji ini dilakukan untuk mengetahui hasil signifikansi variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 25. Adapun kriteria dalam pengukuran uji f, sebagai berikut:

1. Jika hasil probabilitas signifikansi < 0.05 maka H_a diterima.
2. Jika hasil probabilitas signifikansi > 0.05 maka H_a ditolak.

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian terletak di Jalan Cetral Raya Nomor : 02, The Central Sukajadi, Kantor Notaris dan PPAT DEBORA EKAWATI LUKMAN DADALI, S.H.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Tabel 3.4 Jadwal Penelitian

Keterangan	Bulan				
	Sept	Okt	Nov	Des	Jan
Penetapan Judul					
BAB I					
BAB II					
BAB III					
Penyebaran Kuesiner					
Pengolahan Data					
BAB IV					
BAB V					
Penyerahan Hasil					

Sumber: Data Pengolahan Peneliti, 2022