

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rencana dan struktur yang dibuat untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian. Menurut Nazir (2013: 84) Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Berdasarkan tujuannya, desain penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kausalitas kuantitatif, yaitu desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih yang meliputi variabel *independent* dan *dependent*, dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *customer relationship management* (CRM) dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Remicon Widyaprima.

3.2 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2013: 38) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

3.2.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2013: 39). Dalam penelitian ini, penulis memiliki dua variabel bebas, yaitu *Customer Relationship Management* (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X_2).

1. *Customer Relationship Management* (X_1)

Customer Relationship Management adalah suatu hubungan kerjasama antara pihak provider dengan konsumen yang terdiri atas proses pembentukan, pemeliharaan dan optimasi jangka panjang yang merupakan strategi perusahaan yang mana bertujuan untuk memanjakan pelanggan agar tidak berpaling kepada pesaing. Adapun indikator-indikator yang diuji dalam variabel ini menurut Kotler dan Keller (2007: 35) adalah:

- a. *Identify* (mengidentifikasi pelanggan)
- b. *Acquire* (mengakuisisi pelanggan)
- c. *Retain* (mempertahankan pelanggan)
- d. *Develop* (mengembangkan pelanggan)

2. Kepuasan Pelanggan (X_2)

Kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh pelanggan setelah mereka mengevaluasi pengalaman pemakaian suatu produk/jasa. Menurut Tjiptono dan Chandra (2012: 75) dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan, hal yang mempengaruhinya adalah :

- a. Kualitas produk

- b. Harga
- c. *Service quality*
- d. *Emotional factor*
- e. Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut

3.2.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2013: 39) Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan (Y). Loyalitas pelanggan adalah suatu sikap yang dimiliki seseorang pelanggan yang berwujud kesetiaan terhadap perusahaan dengan bersedia melakukan pembelian secara berulang. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut (Griffin dalam Gaffar, 2007: 74) :

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur
2. Melakukan pembelian antar lini produk/ jasa
3. Merekomendasikan produk kepada orang lain
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Defisini Operasional	Indikator	Skala
<i>Customer Relationship Management</i> (X ₁)	Suatu strategi perusahaan yang digunakan untuk memanjakan pelanggan agar tidak berpaling kepada pesaing.	<i>Identify</i>	<i>Likert</i>
		<i>Acquire</i>	
		<i>Retain</i>	
		<i>Develop</i>	

Tabel 3.1 Lanjutan

Kepuasan Pelanggan (X ₂)	Suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh pelanggan setelah mereka mengevaluasi pengalaman pemakaian suatu produk/ jasa.	Kualitas produk	Likert
		Harga	
		<i>Service quality</i>	
		<i>Emotional factor</i>	
		Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut	
Loyalitas Pelanggan (Y)	Suatu sikap yang dimiliki seseorang pelanggan yang berwujud kesetiaan terhadap perusahaan dengan bersedia melakukan pembelian secara berulang	Melakukan pembelian ulang secara teratur	Likert
		Melakukan pembelian di luar lini produk/ jasa	
		Merekomendasikan produk kepada orang lain	
		Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing	

Sumber : Kotler dan Keller (2007: 35), Irawan (2004) dalam Situmorang (2009: 128), Griffin dalam Gaffar (2007: 74)

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013: 80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Objek penelitian dapat berupa makhluk hidup, benda, sistem dan prosedur, fenomena, dan lain-lain. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Remicon Widyaprima dengan populasi yang diambil sebanyak 156 responden, pelanggan dari bulan Juli sampai bulan Desember 2016.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013: 81). Sampel merupakan subset dari populasi, terdiri dari beberapa angka populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi.

Rumus untuk menghitung sampel dalam penelitian ini adalah rumus Slovin. Rumus slovin digunakan ketika peneliti sudah mengetahui besarnya anggota populasi yang hendak diteliti dan juga jumlah anggota populasi di dalam penelitian itu tergolong kecil. Untuk perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin dapat dicari sebagai berikut :

$$\boxed{n = \frac{N}{1+Ne^2}} \quad \text{Rumus 3.1 Slovin}$$

Keterangan rumus: n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan

Dalam penelitian ini jumlah populasi yang digunakan adalah 156 responden yang diambil dari pelanggan PT Remicon Widyaprima per bulan Juli 2016 sampai dengan bulan Desember 2016. Namun dalam penelitian ini diambil tingkat kesalahan pengambilan sampel 5% (0,05) untuk menjaga representatif dari sampel penelitian, maka diperoleh :

$$n = \frac{156}{1 + 156 (0,05)^2}$$
$$= 112,23$$

Untuk keperluan penelitian, maka sampel penelitian ini adalah sebesar 112 responden dengan membulatkan jumlah nilai hitung rumus Slovin di atas.

Teknik pengambilan sampel menurut Sanusi (2011: 88) adalah cara peneliti mengambil sampel atau contoh yang representatif dari populasi yang tersedia. Cara pengambilan sampel dapat dilakukan dengan memperhatikan unsur peluang atau tidak. Jika dalam proses pengambilan sampel tidak memperhatikan unsur peluang, tipe sampling disebut sampling nonpeluang (*non-probability sampling*).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Sampling Purposive*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Remicon Widyaprima per Juli sampai Desember 2016.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan mencari data primer dan data sekunder. Sedangkan pengumpulan datanya dengan menyebarkan angket atau kuesioner yang berisi daftar pertanyaan yang berhubungan dengan variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2013: 142) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Skala

pengukuran yang digunakan dalam kuesioner ini adalah skala likert dengan kriteria sebagai berikut :

Tabel 3.2
Skala Likert

Pernyataan	Bobot
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Cukup (C)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono (2014: 94)

3.5 Metode Analisis Data

Menurut Istijanto (2009: 93) Analisis merupakan tindakan mengolah data hingga menjadi informasi yang bermanfaat dalam menjawab masalah riset. Dalam penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis kuantitatif yang akan mencari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis data didalam penulisan skripsi ini diolah dengan bantuan program peranti lunak SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*).

3.5.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sanusi (2011: 116) Analisis deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk menjelaskan data dari satu variabel yang diteliti. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan berdasarkan hasil jawaban dari kuesioner yang telah

dibagikan kepada pelanggan PT Remicon Widyaprima yang hasilnya akan diolah dengan statistik deskriptif.

3.5.2 Uji Kualitas Data

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, maka penulis menggunakan beberapa metode untuk menguji kualitas data sebagai berikut:

3.5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas menurut Trihendradi (2013: 273) adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan apakah kuesioner tersebut mampu mengukur apa yang harus diukur. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$. Jumlah data validitas sebanyak 30 orang, *degree of freedom* (df) = $n - 2$ ($30 - 2 = 28$), nilai r_{tabel} dengan *degree of freedom* (df) = 28 adalah 0.3610, jadi jika $r_{hitung} > 0.3610$ maka pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Untuk menguji apakah masing-masing indikator valid atau tidak, pada tampilan *Cronbach Alpha* pada kolom *Correlated Item – Total Correclation* bandingkan nilai *Correlated Item – Total Correclation* dengan hasil perhitungan r_{tabel} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dan nilai negatif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2009: 49). Peneliti biasanya mengevaluasi item-item pengukuran dengan mengambil sampel kecil (minimal 30 responden) untuk dilakukan pengujian validitas.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Noor (2011: 130) mendefinisikan reliabilitas ialah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Trihendradi (2013: 273) mendefinisikan tujuan dilakukannya uji reliabilitas adalah untuk menunjukkan konsistensi atas hasil ukuran, walaupun digunakan untuk mengukur berkali-kali. Bila suatu pengukuran diukur dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran relatif konsisten maka alat pengukuran tersebut reliabel. Peneliti biasanya mengevaluasi item-item pengukuran dengan mengambil sampel kecil (30-50 responden) untuk dilakukan pengujian reliabilitas.

Cara yang digunakan untuk pengujian reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Nilai *Cronbach Alpha* yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,6, dengan asumsi bahwa daftar pertanyaan yang diuji dikatakan reliabel apabila *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini bisa dilakukan dengan menggunakan *Alfa Cronbach* dengan persamaan sebagai berikut:

$$R_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\} \quad \text{Rumus 3.2 Koefisien Reliabilitas Alfa Cronbach}$$

Keterangan:

R_i = Koefisien reliabilitas *Alfa Cronbach*

k = Mean kuadrat antara subyek

$\sum s_i^2$ = Mean kuadrat kesalahan

s_t^2 = Varians total

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji ini terdiri atas uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

3.5.3.1 Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2011: 160) uji normalitas adalah suatu uji yang memiliki fungsi untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti yang diketahui, uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak, dilakukan uji statistik *Kolmogrov-Smirnov Test* dan *Histogram Regression Residual*. Kurva nilai residual terstandarisasi dikatakan normal jika nilai Kolmogrov-Smirnov Test memiliki nilai signifikansi $> 0,05$.

3.5.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2011: 105) uji multikolinieritas adalah uji yang memiliki fungsi untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa data bebas dari gejala multikolinieritas.

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011: 139) uji heteroskedastisitas adalah uji yang memiliki fungsi untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Hasil *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Suatu model dikatakan memiliki masalah heteroskedastisitas itu berarti ada atau terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama.

Dalam penelitian, pengujian yang digunakan adalah uji Park Gleyser dengan cara mengorelasikan nilai absolute residualnya dengan masing-masing variabel independen. Jika hasil nilai profitabilitasnya memiliki nilai signifikansi > nilai *alpha*-nya (0,05), maka model tidak mengalami heteroskedastisitas (Wibowo, 2012: 93).

3.5.4 Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linier sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas (Sanusi, 2011: 134). Spesifikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + \epsilon$$

Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Loyalitas Pelanggan)

a = Nilai konstanta

b = Nilai koefisien regresi

X₁ = Variabel independen pertama (*Customer Relationship Management*)

X₂ = Variabel independen kedua (Kepuasan Pelanggan)

€ = *error*

3.5.4.2 Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Wibowo (2012: 135) Koefisien determinasi (R²) digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah atau presentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Jadi koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Koefisien tersebut dapat diartikan sebagai besaran proporsi atau presentase keragaman Y (variabel terikat) yang diterangkan oleh X (variabel bebas).

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Bila R = 0 berarti diantara variabel bebas (*independent variable*) dengan variabel terikat (*dependent variable*) tidak ada hubungannya, sedangkan bila R = 1 berarti diantara variabel bebas (*independent variable*) dengan variabel terikat (*dependent variable*) mempunyai hubungan yang kuat.

3.5.4.3 Uji t (Pengujian Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Sanusi, 2011: 138).

Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan hipotesis.

Ho : Variasi perubahan nilai variabel independen tidak dapat menjelaskan variasi perubahan nilai variabel dependen.

Ha : Variasi perubahan nilai variabel independen tidak dapat menjelaskan variasi perubahan nilai variabel dependen.

2. Menetapkan tingkat signifikansi.
3. Lihat nilai *P value sig* (pada lampiran)
4. Keputusan

$P \text{ value (Sig)} < \alpha$ maka hipotesis penelitian diterima (Ha), atau menolak (Ho).

5. Kesimpulan

Pada langkah keputusan menolak Ho dan menerima Ha, sehingga dapat disimpulkan bahwa variasi perubahan nilai variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi perubahan nilai variabel independen. Artinya, semua variabel independen (X_1 dan X_2) secara parsial dapat berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

3.5.4.4 Uji F (Pengujian Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pengujian terhadap pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap perubahan nilai variabel dependen dilakukan melalui pengujian terhadap besarnya perubahan nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan (explained) oleh perubahan nilai semua variabel independen. Langkah-langkah analisis dalam pengujian hipotesis terhadap variasi nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variasi nilai variabel independen adalah sebagai berikut :

1. Menetapkan hipotesis
2. Menetapkan tingkat signifikansi
3. Lihat nilai *P value sig* (pada lampiran)
4. Keputusan

$P \text{ value (Sig)} < \alpha$ maka hipotesis penelitian diterima (H_a), atau menolak (H_0).

5. Kesimpulan

Pada langkah keputusan menolak H_0 dan menerima H_a , sehingga dapat disimpulkan bahwa variasi perubahan nilai variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi perubahan nilai semua variabel independen. Artinya, semua variabel independen (X_1 dan X_2) secara simultan dapat berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis melakukan penelitian kepada responden yang merupakan pelanggan yang telah melakukan pembelian pada PT Remicon Widyaprima di Kota Batam. Lokasi penelitian akan dilakukan di PT

Remicon Widyapirna yang beralamat di Jalan Majapahit Kav. II Batu Ampar, Batam.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Tabel 3.3
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Minggu													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Penentuan Judul	■	■	■											
2	Pembuatan Proposal		■	■	■	■									
3	Penyusunan Penelitian			■	■	■	■	■	■	■	■	■			
4	Penyebaran Kuesioner				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
5	Penyelesaian Skripsi											■	■	■	■