

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Setting Penelitian

Penelitian yang dilakukan mengenai Harga, Kualitas produk dan Promosi terhadap loyalitas pelanggan indihome di kecamatan kemuning kota Palembang. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Kemuning yang dimana terdapat 6 kelurahan yaitu 20 ilir D-II, Ario kemuning, Sekip jaya, Pahlawan, Pipa Raja, Talang aman yang menggunakan Indihome.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dengan cara membagikan kuesioner ke konsumen Indihome.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Adapun didalam penelitian ini data yang diperoleh melalui kuesioner yang didapatkan dari konsumen Indihome.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang memerlukan penelitian tersebut.¹ Data primer dalam

¹Misbahudin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistisk*,(Jakarta : Bumi Aksara, 2014), Edisi ke-2,hlm. 21

penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden konsumen di Indihome Kecamatan Kemuning Kota Palembang.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

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. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan/pengguna indihome di kecamatan kemuning kota Palembang. Jumlah keseluruhan responden tidak diketahui oleh konsumen dengan alasan karena luasnya jangkauan Indihome, Pihak indihome tidak bisa memberikan identitas pelanggannya disetiap wilayah karena salesnya berdasarkan pemesanan bukan berdasarkan wilayah.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan *Non probability* yakni teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur dan anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode dalam menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.² Yang dimana konsumen ini yang memakai indihome berdomisili di kecamatan Kemuning kota Palembang.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*, (Bandung : Alfabeta, CV, 2009),Hlm. 80 - 85

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan perhitungan sampel menurut Roscoe (dalam buku Sugiyono,2000), didalam penelitian ini melakukan analisis multivariat (lebih dari dua variabel, variabel independen dan dependen, maka jumlah sampel minimal adalah 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.³ Variabel dalam penelitian ini ada 4 (independen + dependen), maka jumlah sampelnya = $10 \times 4 = 40$ responden. Berdasarkan perhitungan tersebut maka sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah dengan cara yang sistematis dalam pengumpulan, pencatatan, penyajian fakta untuk tujuan tertentu. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.⁴

Kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner yang bersifat tertutup, artinya pernyataan yang dibuat dengan sedemikian rupa sehingga responden dibatasi dengan memberikan jawabannya. Kuesioner dibuat

³ Muhajirin dan Maya Panorama, *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta : Idea Press. 2018), hlm. 116

⁴ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkap dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*, (Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013), hlm 17

dengan pernyataan yang menggunakan skala likert (1-5) yang memiliki skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut :

- | | | |
|------------------------|-------------|---|
| 1. Sangat Setuju | diberi skor | 5 |
| 2. Setuju | diberi skor | 4 |
| 3. Netral | diberi skor | 3 |
| 4. Tidak Setuju | diberi skor | 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju | diberi skor | 1 |

Semakin besar nilai yang diberikan oleh responden, akan menunjukkan bahwa faktor tersebut semakin berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kuesioner pada penelitian ini akan ditunjukkan kepada konsumen Indihome.

F. Variabel -Variabel Penelitian

1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁵

Variabel independen (bebas) biasanya disimbolkan dengan variabel X. Variabel pada penelitian ini adalah harga (X1), kualitas produk (X2), Promosi (X3).

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung : Alfabeta CV, 2009), hlm. 39

2. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁶ Variabel dependen (terikat) biasanya disimbolkan dengan variabel Y. Variabel pada penelitian ini adalah Loyalitas pelanggan (Y).

3. Definisi Operasional Penelitian

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Harga (X1)	Harga merupakan sejumlah uang atau nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan atau dibebankan untuk produk atau jasa. (Kotler dan Keller, 2009)	1. Keterjangkauan harga 2. Keseuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat.	Likert

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*, (Bandung : Alfabeta, CV,2009),Hlm. 39

<p>Kualitas Produk (X2)</p>	<p>Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsi dan kinerjanya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. (Kotler dan Armstrong)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja (<i>performance</i>) 2. Keistimewaan Tambahan (<i>features</i>) 3. Kehandalan (<i>reliability</i>) 4. Kesesuaian dengan Spesifikasi (<i>conformance to specification</i>) 5. Daya Tahan (<i>durability</i>) 6. <i>Serviceability</i> 7. Estetika 	<p>Likert</p>
<p>Promosi (X3)</p>	<p>Promosi adalah unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didaya gunakan untuk memberitahukan, membujuk,</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan 2. Publisitas 3. Promosi Penjualan 	<p>Likert</p>

<p>Loyalitas Pelanggan (Y)</p>	<p>mengingat tentang produk perusahaan. (William J Stanton,1997)</p> <p>Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian secara konsisten dimasa yang akan mendatang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usahan pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. (Oliver)</p>	<p>4. Personal Selling</p> <p>1. Repeat</p> <p>2. Retention</p> <p>3. Refferal</p>	<p>Likert</p>
---------------------------------------	---	--	----------------------

G. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif, kualitas instrumen penelitian berkenan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data. Oleh karena itu instrumen yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya. Instrumen

dalam penelitian kuantitatif dapat berupa test, pedoman wawancara, pedoman observasi, dan kuesioner.⁷

Dalam instrumen penelitian (kuesioner) yang baik harus memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Oleh sebab itu, instrumen penelitian dalam hal ini kuesioner yang telah disiapkan harus diuji terlebih dulu tingkat validitas reliabilitasnya sebelum dilakukan penelitian sesungguhnya adapun uji validitas dan reliabilitas sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji validitas dipergunakan untuk melihat setiap pernyataan dalam kuesioner terdapat valid atau tidak. Kuesioner yang dikatakan valid jika pernyataan yang ada pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur melalui kuesioner tersebut. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid artinya instrumen tersebut bisa digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dari variabel yang diteliti secara tepat.⁸ Pengujian ini dilakukan dengan signifikansi level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Adapun kriteria dikatakan valid yaitu :

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan kuesioner dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan kuesioner dinyatakan tidak valid.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, (Bandung : Alfabeta CV, 2009), hlm. 222

⁸ Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*, (Bandung : Alfabeta, 2016), cetakan ke-23), hlm. 121

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen itu sudah baik.⁹ Uji reliabilitas instrumen dilihat dari besarnya nilai *Alpha Cronbach's* pada masing-masing variabel. *Alpha Cronbach's* digunakan untuk mengetahui reliabilitas ke konsisten responden dalam merespon seluruh item. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Alpha Cronbach* lebih dari 0,60.¹⁰

H. Teknik Analisis Data

Berdasarkan hipotesis yang telah ditentukan, maka analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif, dengan menggunakan model regresi liner berganda, pengelolaan data kuesioner yang digunakan dengan bantuan program SPSS Versi 22.

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan sebagai berikut yaitu :

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen yang diteliti berdistribusi normal atau tidak sebagai salah satu syarat pengujian asumsi sebelum tahapan uji

⁹ Suharimi Arikunto, *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta,2002) edisi ke- 5, hlm. 15.

¹⁰ Iredho Fani Reza, *Penyusunan skala psikologis : memahami manusia secara Empiris*,(Palembang : Noer fikri Offest, 2016), hlm. 103.

analisis statistik untuk pengujian hipotesis. Salah satu jenis uji data normalitas yaitu Kolmogorov Smirnov.

Data dikatakan berdistribusi normal atau jika tidak $p > 0,05$ maka data dikatakan berdistribusi normal dan sebaliknya, jika nilai $p < 0,05$ maka data dinyatakan tidak normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang akan dianalisis berhubungan secara linier atau tidak dengan variable dependen.¹¹

Uji liniertias adalah jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka hubungan antara variabel X dan Y adalah linier. Sedangkan jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka hubungan antara variabel X dan Y adalah tidak linier.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya hubungan antar variabel independen. Menurut Imam Ghozoli, menyatakan bahwa untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas di dalam suatu model regresi yaitu dengan mengunkan VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *Tolerance*, dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika nilai VIF lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$), maka model regresi tidak terjadi mulikolinieritas.

¹¹Iredho Fani Reza, *Metodologi Penelitian psikolog kuantitatif, kualitatif dan kombinasi*, (Palembang : Neor fikri Offest, 2016), hlm. 67-68

2) Jika nilai *Tolerance* > 0,100 maka model regresi tidak terjadi dari multikolinieritas.¹²

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas ialah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residul untuk semua pengamatan pada model regresi. Adapun metode pengujian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Uji Glejser*. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas, dapat dilihat jika signifikan korelasi lebih dari 0,05 maka pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.¹³

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang merupakan analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel independen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen.¹⁴

Regresi ganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Pelanggan (Variabel dependen)

¹² Agus Tri Vasuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi dalam penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Jakarta : Rajawali Pers,2017),hlm. 62

¹³ Duwi Priyanto, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta : Media kom,2018), hlm. 81

¹⁴ Duwi Priyanto, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta : Mediakom,2018), hlm. 172

α	= Konstanta
X_1	= Harga (Variabel independen)
X_2	= Kualitas Produk (Variabel Independen)
X_3	= Promosi (Variabel Independen)
B_1	= Koefisien regresi variabel harga
B_2	= Koefisien regresi variabel kualitas produk
B_3	= Koefisien regresi variabel promosi

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan dalam penelitian ini ada tiga, yaitu T (Persial), Uji F (Simultas) dan Koefisien determinasi (R^2)

a. Uji Persial (Uji t)

Uji signifikan t digunakan untuk melihat positif atau signifikan pengaruh dari variabel bebas atau independen (X) terhadap variabel terikat atau dependen (Y). Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel secara individual dalam menerangkan variabel dependen.¹⁵ Pengujian ini dilakukan dengan signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria :

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak berpengaruh). Berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

¹⁵Duwi Prianto, *Mandiri Belajar Spss (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*, (Yogyakarta : Mediakom,2008), hlm.81.

2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel dependen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan apakah variabel bebas atau independen (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat atau dependen (Y).¹⁶ Pengujian ini dilakukan dengan signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Kriteria dalam uji F yaitu :

1. H_0 akan ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya variabel bebas atau independen (X) secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau dependen (Y)
2. H_a akan diterima secara simultan $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya variabel bebas atau independen (X) secara simultan tidak mempunyai pengaruh signifikan variabel terikat atau dependen (Y).

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan alat ukur yang dipergunakan untuk mengetahui hasil dari model dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

¹⁶Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPP (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*, (Yogyakarta : Mediakom,2008), hlm 81

Nilai koefisien determinasi yang biasanya diberi simbol R^2 dapat menunjukkan hubungan pengaruh antara dua variabel yaitu variabel terikat atau dependen dan variabel bebas atau independen.¹⁷

¹⁷Umar Husein, *Metodolog Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*, (Jakarta : Rajawali Pers,2009),Edisi ke-2, hlm. 66