

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dan tujuan dengan kegunaan tertentu. Metode penelitian mencakup prosedur dan alat yang digunakan dalam penelitian. Metode penelitian terdiri dari:

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan ini adalah *field research* (penelitian lapangan) yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan cara peneliti langsung ke lapangan untuk mencari dan memperoleh data yang berkenaan dengan masalah yang peneliti teliti (Supardi, 2005).

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan kausal. Disebut kausal karena penelitian ini menganalisa hubungan yang bersifat sebab akibat, sehingga dapat diketahui mana yang menjadi variabel independen dan mana yang menjadi variabel dependen (Sugiyono, 2014). Variabel yang mempengaruhi disebut variabel independen, sedangkan variabel yang terpengaruh oleh perubahan variabel independen disebut sebagai variabel dependen (Istijanto, 2005). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menentukan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Variabel penelitian meliputi: 1. Variabel Dependen (variabel terikat) *Customer Loyalty* (Y). 2. Variabel Independen (variabel bebas) yaitu Variabel *Customer Relationship Management* (X) dengan dimensi yang meliputi; *People* (X1), *Knowledge and Insight* (X2), *Process* (X3), dan *Technology* (X4).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini pada Apotek atau Toko pelanggan muslim PT Marga Nusantara Jaya yang tersebar di wilayah Banjarmasin. Serta untuk lokasi perusahaan PT Marga Nusantara Jaya Banjarmasin di Jl. Gubernur Soebarjo Komplek Pergudangan Bizpark Blok A2 No. 5-7, Kayu Bawang Kec. Gambut.

C. Populasi dan Sampel

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. (Sugiyono, 2014). Populasi dari penelitian adalah pelanggan PT Marga Nusantara Jaya Banjarmasin yang berjumlah 84 pelanggan. Data jumlah pelanggan diperoleh dari hasil wawancara dengan salah satu karyawan PT Marga Nusantara Jaya Banjarmasin.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2014). Berdasarkan jumlah populasi yang

diketahui maka penentuan jumlah sampel dapat dilakukan melalui pendekatan Slovin (Sujarweni, 2015) dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana: N = Ukuran Populasi

n = Jumlah Sampel

e = Presisi yang ditetapkan atau prosentasi kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir, misalnya 5%

$$n = \frac{84}{1+(84 \cdot 0,05^2)} = \frac{84}{1,21} = 69,42 = 69 \text{ responden}$$

Sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan bentuk *non-probability sampling* di mana elemen populasi dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan peneliti. Dalam penelitian ini, pertimbangan-pertimbangan yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pelanggan yang beragama Islam
2. Pelanggan PT Marga Nusantara Jaya Banjarmasin dengan usia minimal 17 tahun, karena dianggap usia tersebut telah cukup matang dalam proses berfikir untuk memberikan responnya terhadap penelitian ini.
3. Yang bersedia menjadi responden dalam penelitian

D. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek

Yang dimaksud subjek penelitian, adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembumbutan sebagai sasaran (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1989). Adapun subyek penelitian dalam tulisan ini adalah para responden atau pelanggan muslim PT. Marga Nusantara Jaya Banjarmasin.

2. Objek

Yang dimaksud objek penelitian, adalah hal yang menjadi sasaran penelitian (Kamus Besar Bahasa Indonersia; 1989). Menurut (Supranto 2000) obyek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Kemudian dipertegas (Anto Dayan 1986), obyek penelitian adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah. Adapun Objek penelitian dalam tulisan ini meliputi: PT. Marga Nusantara Jaya Banjarmasin, Apotek dan Toko pemilik para pelanggan muslim PT. Marga Nusantara Jaya Banjarmasin.

E. Data dan Sumber Data

1. Data

Data adalah bahan keterangan tentang sesuatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian (Bungin, 2005). Adapun data yang penulis kumpulkan dalam penelitian ini yaitu: hasil jawaban kuesioner oleh responden.

2. Sumber Data

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini maka yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah informan, yaitu orang yang diteliti atau orang yang dapat memberikan informasi. (Tim penyusun pusat bahasa, 2002). Informan dalam penelitian ini yaitu pihak yang terlibat langsung dalam kasus penelitian adalah pemilik Apotek atau Toko para pelanggan muslim PT Marga Nusantara Jaya Banjarmasin sebagai responden.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian melalui kuesioner, yaitu penyebaran angket yang berisi pertanyaan menyangkut masalah yang diteliti kepada pelanggan muslim PT Marga Nusantara Jaya Banjarmasin. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. (Sugiyono, 2014)

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda (*Multiple Regressions Analysis*) dibantu dengan program SPSS 22 *for windows*. Fungsi dari analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$

Dimana:

Y = *Customer Loyalty*

a = Konstanta

X_1 = *People*

X_2 = *Knowledge and Insight*

X_3 = *Process*

X_4 = *Technology*

$b_1 b_2 b_3 b_4$ = Koefisien Regresi variabel *Customer Relationship*

Management

H. Uji Validitas dan Realibilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan sig 5%. Jika r tabel $< r$ hitung maka valid. (Sujarweni, 2015)

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk- konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha $> 0,60$ maka reliabel. (Sujarweni, 2015)

I. Uji Asumsi Klasik

Diperlukannya suatu uji asumsi klasik sebagai persyaratan analisis regresi berganda. Variabel-variabel tersebut haruslah memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas ini bertujuan untuk distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. (Sujarweni, 2014). Dalam penelitian ini, proses uji normalitas dilakukan dengan uji statistik dan analisis grafik, yaitu Uji Kolmogorov-Smirnov dan grafik histogram.

a.) Uji Kolmogorov-Smirnov

Uji Kolmogorov-Smirnov merupakan pengujian normalitas dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk *Z-Score* dan diasumsikan normal. Apabila nilai signifikansi di atas 0,05 menunjukkan bahwa tidak terdapat adanya perbedaan yang signifikan dan jika nilai signifikansi di bawah 0,05 maka terdapat adanya perbedaan yang signifikan atau hasil tidak normal.

b.) Grafik Histogram

Grafik histogram membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Adanya uji ini dapat diketahui apakah data berdistribusi secara normal atau tidak berdasarkan kemencengan grafik, baik ke kiri ataupun ke kanan. Selain itu, grafik histogram dapat

digunakan untuk menentukan bentuk transformasi data yang akan digunakan untuk menormalkan data yang tidak berdistribusi secara normal

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independent. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas.

Untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilakukan dengan menganalisis korelasi antara variabel dan perhitungan nilai *tolerance* serta *variance inflation factor* (VIF). Multikolinieritas terjadi apabila (Sujarweni, 2014):

a.) Nilai *Tolerance*

Tidak terjadi multikolinieritas jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10.

Terjadi multikolinieritas, jika nilai *tolerance* lebih kecil atau sama dengan 0,10.

b.) Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

Tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00.

Terjadi multikolinieritas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variasi variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas karena

data *cross section* memiliki data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, besar). (Wijaya, 2012)

Menurut Toni Wijaya salah satu cara untuk melihat adanya problem heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZFRED) dengan residualnya (SRESID). Cara menganalisanya sebagai berikut

- a.) Dengan melihat apakah titik-titik memiliki pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit. Jika terjadi, indikasinya terdapat heteroskedastisitas.
- b.) Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, indikasinya tidak terjadi heterokedastisitas.

J. Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel *independent* dengan variabel *dependent* dalam penelitian ini, maka dilakukan pengujian-pengujian hipotesis yang meliputi: koefisien determinasi (*Adjusted R²*), uji F (uji simultan) dan uji-t (uji signifikan parsial).

1.) Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi (*goodness of fit*) yang dinotasikan dengan R^2 merupakan ikhtisar yang menyatakan bahwa seberapa baik garis regresi sampel mencocokkan data. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur proporsi variasi dalam variabel tidak bebas yang dijelaskan oleh regresi. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1, bila $R^2 = 0$ berarti tidak ada hubungan yang sempurna.

Sedangkan apabila nilai $R^2 = 1$ maka ada hubungan antara variasi Y dan X atau variasi dari Y dapat diterangkan oleh X secara keseluruhan. (Sarwono, 2009)

2.) Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel *independent* yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel *dependent*. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

- a.) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Hal ini berarti bahwa secara simultan ukuran *people, knowledge and insight, process* dan *technology* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *customer loyalty*.
- b.) Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi signifikan). Hal ini berarti secara simultan *people, knowledge and insight, process* dan *technology* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *customer loyalty*.

3.) Uji-t (Uji Signifikan Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui kemampuan masing-masing variabel *independent* secara individu (parsial) dalam menjelaskan perilaku variabel *dependent*. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penolakan dan penerimaan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a.) Jika nilai signifikansi kurang atau sama dengan 0,05, maka hipotesis diterima yang berarti secara parsial variabel *people, knowledge and insight, process* dan *technology* berpengaruh terhadap *customer loyalty*.
- b.) Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hipotesis ditolak yang berarti secara parsial variabel *people, knowledge and insight, process* dan *technology* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty*.