

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif, yang menekankan analisis data angka untuk menguji teori tertentu. Untuk mendapatkan analisis statistik dari data yang diperoleh dari penelitian ini, instrumen penelitian tertentu digunakan untuk mengukur variabel-variabel penelitian. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menentukan apakah ada korelasi signifikan antara variabel yang diteliti. Hasil akhir dari penelitian ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan dapat diukur tentang subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linear Sederhana (RLS).

Sugiyono mengatakan bahwa metode penelitian adalah cara untuk mengumpulkan data untuk tujuan tertentu. Sementara itu, penelitian korelasional mencari pengaruh hubungan antar variabel dan tingkat derajat hubungan yang ada di antara variabel yang diuji.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Sugiyono mengatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulan.¹ Jamaah yang telah menggunakan program umrah PT Berkah Ridho Bunda Banjarmasin adalah subjek penelitian ini. Data Jumlah jamaah yang didapat pada tahun 2024 adalah sekitar 336 orang.

2. Sampel

Sebagian dari seluruh populasi diambil dari populasi sehingga dianggap mewakili seluruh populasi.² Dalam menentukan jumlah sampel dari populasi sebanyak 336 orang, penulis menggunakan rumus Slovin, karena populasi diketahui secara pasti dan peneliti menghadapi keterbatasan waktu dalam proses pengumpulan data. Rumus Slovin banyak digunakan dalam penelitian sosial yang bersifat deskriptif maupun korelasional, karena bentuknya sederhana namun efektif dalam menentukan jumlah sampel yang representatif.

Rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi (336 orang)

e = tingkat kesalahan (error margin), ditetapkan sebesar 10% atau 0,1

$$n = \frac{336}{1+336(0,1)^2} = \frac{336}{1+33,6} = \frac{336}{4,36} = 77$$

¹ Sidik Priadana and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021).

² Jusuf Soewadju, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012).

Dengan menggunakan metode ini, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 77 individu. Penelitian ini menggunakan pengambilan sampel purposive, yang didasarkan pada pertimbangan atau standar yang telah ditetapkan oleh peneliti.³ Teknik ini digunakan karena peneliti hanya akan melibatkan responden yang memenuhi syarat tertentu, yakni pelanggan lama yang telah menggunakan jasa umrah dari PT Berkah Ridho Bunda Banjarmasin minimal satu kali keberangkatan.

C. Data dan Sumber Data

1. Data

Data adalah kumpulan informasi yang dikumpulkan selama proses penelitian melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan teknik lainnya. Data sangat penting untuk membuat kesimpulan tentang temuan penelitian. Data yang dikumpulkan dari responden digunakan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi penggunaan *Customer Relationship Management* (CRM) dan tingkat kepuasan jamaah umrah di PT Berkah Ridho Bunda Banjarmasin. Berikut adalah beberapa contoh jenis data yang digunakan dalam penelitian ini:

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018).

a. Data Primer

Data utama penelitian ini diperoleh secara langsung dari jamaah umrah PT Berkah Ridho Bunda. Kuesioner yang diberikan kepada mereka menunjukkan pendapat mereka tentang penerapan CRM dan layanan yang mereka terima.

b. Data Sekunder

Dikumpulkan melalui penelitian literatur dan referensi tambahan, seperti buku, jurnal ilmiah, dan artikel yang berkaitan dengan CRM dan kepuasan pelanggan.

2. Sumber Data

Sumber data adalah siapa pun yang dapat memberikan informasi yang diperlukan untuk penelitian. Proses seperti kuesioner dan wawancara dapat digunakan untuk mendapatkan informasi ini. Penelitian ini menggunakan jamaah umrah PT Berkah Ridho Bunda Banjarmasin sebagai responden utama dan pengelola perusahaan sebagai informan pendukung.

D. Teknik Pengumpulan Data

Karena penelitian ini mengaplikasikan dua metode dalam mengumpulkan data, antara lain melalui wawancara dan kuesioner. Berikut penjelasannya:

Wawancara

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan pengelola PT. Berkah Ridho Bunda Banjarmasin untuk mengetahui sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, dan layanan yang diberikan kepada klien. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur, sehingga peneliti memiliki panduan pertanyaan namun tetap terbuka terhadap jawaban yang berkembang sesuai kondisi lapangan.

Kuesioner (Angket)

Kuesioner digunakan untuk memperoleh data dari responden, yaitu jamaah umrah yang telah menggunakan jasa PT Berkah Ridho Bunda. Instrumen ini disusun dalam bentuk skala Likert dengan lima pilihan jawaban, mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Seluruh pertanyaan dalam kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel *Customer Relationship Management* (CRM) dan kepuasan pelanggan. Kuesioner disebarluaskan melalui media daring.

E. Instrumen Penelitian

Tabel 3.1 indikator variabel *Costumer Relationship Management* (CRM)

Dimensi	Indikator	Pernyataan
People (orang)	Keramahan karyawan dalam melayani pelanggan	Saya merasa staf PT Berkah Ridho Bunda selalu ramah dan membantu saya selama proses pendaftaran dan keberangkatan umrah
	Kemampuan karyawan untuk menjaga hubungan pelanggan yang baik	Saya merasa staf PT Berkah Ridho Bunda mampu menjaga hubungan baik dengan saya sebagai jamaah umrah

	Keterampilan dan keahlian pegawai dalam memberikan pelayanan	Saya merasa staf PT Berkah Ridho Bunda memiliki keterampilan yang baik dalam memberikan layanan umrah.
Process (proses)	Kemudahan dalam melakukan transaksi	Saya merasa PT Berkah Ridho Bunda memberikan kemudahan dalam proses pembayaran dan transaksi keberangkatan umrah.
	Ketersediaan layanan pelanggan yang responsif	Saya merasa semua layanan yang dijanjikan oleh PT Berkah Ridho Bunda telah tersedia dan dijalankan dengan baik.
	Kecepatan dalam penanganan keluhan	Saya merasa PT Berkah Ridho Bunda melayani jamaah dengan cepat dan tepat.
	Hubungan berkelanjutan antara penyedia layanan dan pelanggan	Saya merasa PT Berkah Ridho Bunda selalu menjaga komunikasi dengan saya sebagai jamaah.
	Penanganan keluhan dan pemenuhan keinginan	PT Berkah Ridho Bunda tanggap dalam menangani keluhan jamaah selama proses umrah.
Technology (teknologi)	Kemudahan pelanggan mendapatkan informasi melalui media elektronik	Saya merasa PT Berkah Ridho Bunda memberikan kemudahan bagi saya dalam mendapatkan informasi terkait perjalanan umrah.
	Adanya sistem pemesanan atau pendaftaran online	PT Berkah Ridho Bunda menyediakan layanan pendaftaran umrah secara online melalui media digital.
	Penggunaan iklan digital untuk membangun komunikasi dan kedekatan dengan pelanggan	Saya merasa dimudahkan dengan adanya layanan digital dari PT Berkah Ridho Bunda.
Knowledge (pengetahuan)	Kemampuan perusahaan memahami keinginan pelanggan	Saya merasa PT Berkah Ridho Bunda memahami kebutuhan dan keinginan saya sebagai jamaah umrah.
	Kemampuan dalam mengenali keluhan dan kebutuhan pelanggan secara detail	Saya merasa PT Berkah Ridho Bunda memahami keluhan atau masalah yang saya alami selama proses umrah.

Tabel 3.2 Indikator Variabel Kepuasaan Pelanggan

Dimensi	Indikator	Pernyataan
Tingkat Kepuasan	puas dengan layanan yang ditawarkan	Saya puas dengan layanan PT Berkah Ridho Bunda selama perjalanan umrah saya.
	Perbedaan dengan pelayanan dijasa pengobatan yang lain	Saya merasa pelayanan dari PT Berkah Ridho Bunda sangat baik dibandingkan pengalaman saya sebelumnya.
Kepuasan dibandingkan harapan	Hasil yang sesuai dengan harapan	Saya senang menggunakan layanan travel umrah PT Berkah Ridho Bunda karena ibadah umrah saya berjalan dengan lancar.
	Pelayanan yang sesuai harapan	Selama menggunakan layanan travel umrah PT Berkah Ridho Bunda, saya merasa puas dengan layanan yang saya terima.
Minat berkunjung kembali	Pelanggan mengunjungi kembali	Saya cenderung memilih PT Berkah Ridho Bunda ketika akan berangkat umrah.
	Minat dan kebutuhan terpenuhi	Saya merasa PT Berkah Ridho Bunda dapat memenuhi kebutuhan saya selama menjalankan ibadah umrah.
	Tertarik untuk menggunakan jasa yang diberikan	Saya merasa tertarik untuk kembali berangkat umrah bersama PT Berkah Ridho Bunda.
Merekomendasikan	Pelanggan merekomendasikan kepada kerabat	Saya merekomendasikan PT Berkah Ridho Bunda kepada kerabat atau teman yang ingin melaksanakan ibadah umrah.
	Pelanggan memberikan testimoni kepada masyarakat sekitar	Saya bersedia memberikan testimoni karena puas dengan pelayanan PT Berkah Ridho Bunda.

F. Uji Coba Alat Ukur

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner memiliki kemampuan untuk mengukur nilai yang diharapkan. Nilai korelasi antara skor item dan skor total, atau r hitung, lebih besar dari nilai r tabel pada taraf signifikan tertentu, biasanya 5%, instrumen dikatakan valid. Dalam uji coba ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada tiga puluh responden pelanggan luar sampel utama. Untuk menghitung validitas uji, program SPSS 26 digunakan. Item dianggap valid dan dapat digunakan dalam penelitian jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel (dengan $N = 30$, maka r tabel = 0,361).⁴

2. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui apakah jawaban responden konsisten dengan instrumen yang digunakan, uji reliabilitas dilakukan. Instrumen dikatakan reliabel jika hasilnya konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Nilai Cronbach's Alpha dihitung menggunakan program SPSS untuk menguji reliabilitas. Kriteria nilai Cronbach's Alpha adalah sebagai berikut:

$\geq 0,9$ = sangat reliabel

$0,7 - 0,9$ = reliabel

$0,6 - 0,7$ = cukup reliabel

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 173

$< 0,6$ = tidak reliabel

Jika nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel (CRM dan kepuasan pelanggan) berada di atas 0,7, maka instrumen dikatakan reliabel dan dapat digunakan untuk pengumpulan data utama.⁵

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik setiap item pernyataan dalam kuesioner dapat benar-benar menggambarkan variabel yang sedang diselidiki. Agar data yang diperoleh tidak menimbulkan kesalahan interpretasi dan benar-benar mencerminkan keadaan sebenarnya, penting untuk memastikan validitas ini. Untuk menguji validitas penelitian ini, teknik korelasi *Product Moment Pearson* digunakan; dalam hal ini, skor setiap item dioreksi dengan skor total. Pada taraf signifikansi 5%, pernyataan dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel ($\alpha = 0,05$).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa konsisten instrumen penelitian jika diukur ulang. Dalam penelitian ini, teknik

⁵ Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, Dan Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2015).

Cronbach's Alpha digunakan untuk menguji reliabilitas. Sebuah instrumen dianggap reliabel jika memiliki nilai alpha Cronbach's setidaknya 0,60. Semakin tinggi nilai alpha, semakin konsisten konsistensi internal instrumen tersebut. Untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dapat dipercaya untuk menganalisis hubungan antara CRM dan kepuasan pelanggan, uji ini diperlukan.⁶

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Linearitas

Tujuan uji linearitas adalah untuk menjamin bahwa hubungan antara variabel independen (CRM) dan dependen (kepuasan pelanggan) linier. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *Test for Linearity* melalui SPSS. Hubungan disebut linier apabila signifikansi $< 0,05$.⁷ Uji ini penting agar hasil regresi tidak menyimpang. Jika hubungan tidak linier, maka pemodelan regresi menjadi tidak tepat, dan interpretasi hasil bisa keliru.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data residual dari model regresi terdistribusi normal. Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan dengan SPSS. Nilai signifikansi lebih dari 0,05

⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018).

⁷ Singgih Santoso, *Menguasai Statistik Parametrik Dengan SPSS* (Jakarta: Elex Media, 2019).

dianggap normal.⁸ Agar pengujian hipotesis dapat dilakukan secara valid, asumsi normalitas penting. Jika data tidak normal, hasil uji statistik dapat bias dan tidak dapat digeneralisasi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah ada atau tidaknya ketidaksamaan varian residual antara data yang diamati. Nilai signifikansi lebih dari 0,05 menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas.⁹ Heteroskedastisitas yang muncul dapat mengganggu estimasi koefisien regresi. Akibatnya, pengujian ini sangat penting untuk membuat model regresi yang akurat dan stabil.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Dalam penelitian ini, hanya ada satu variabel bebas dan satu variabel terikat; oleh karena itu, analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen *Customer Relationship management* (CRM) terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Persamaan berikut digunakan untuk menunjukkan regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX,$$

⁸ Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2018).

⁹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*, 9th ed. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018).

di mana Y adalah kepuasan pelanggan, X adalah CRM, a adalah konstanta, b adalah koefisien regresi. Analisis ini akan menunjukkan apakah CRM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara statistik.

b. Uji T (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh CRM secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel CRM secara individu memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis alternatif (H_a) diterima, dan hipotesis nol (H_0) ditolak.¹⁰ Uji t memberikan pemahaman apakah CRM secara parsial mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan, sehingga sangat penting untuk melihat efektivitas strategi CRM yang diterapkan oleh PT Berkah Ridho Bunda Banjarmasin dalam memengaruhi tingkat kepuasan para jamaah umrah yang dilayani.

c. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh CRM secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam konteks ini, meskipun hanya terdapat satu variabel independen, uji F tetap dapat digunakan sebagai bentuk validasi model regresi secara keseluruhan.¹¹ Hasil uji F menunjukkan apakah model regresi yang digunakan signifikan atau

¹⁰ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.

¹¹ Santoso, *Menguasai Statistik Parametrik Dengan SPSS*.

tidak. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa CRM secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.¹² Hal ini penting untuk memastikan bahwa CRM sebagai variabel utama dalam penelitian memiliki kontribusi yang bermakna terhadap peningkatan kepuasan pelanggan di PT Berkah Ridho Bunda.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel CRM mampu menjelaskan variasi dari variabel kepuasan pelanggan. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, di mana semakin tinggi nilai R^2 menunjukkan bahwa model semakin baik dalam menjelaskan hubungan antar variabel.¹³ Misalnya, jika $R^2 = 0,60$, berarti 60% variasi kepuasan pelanggan dijelaskan oleh CRM, dan sisanya dipengaruhi faktor lain.¹⁴ Dengan demikian, R^2 memberikan gambaran sejauh mana CRM yang diterapkan PT Berkah Ridho Bunda Banjarmasin dapat menjelaskan fluktuasi dalam kepuasan pelanggan jamaah umrah.

¹² Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2020).

¹³ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*.

¹⁴ Abdul Kadir, *Statistika Terapan* (Jakarta: Salemba Empat, 2015).