

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian yang digunakan pada penelitian ini (Juliansyah Noor, 2011 : 110) adalah :

1. Ditinjau menurut tujuan, penelitian ini merupakan penelitian konklusif, karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menguji hubungan antar variabel.
2. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, karena merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberi atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.
3. Ditinjau dari waktunya penelitian ini merupakan *cross sectional*, dimana penelitian ini dilakukan dengan data hanya sekali dikumpulkan.
4. Berdasarkan jenis datanya, penelitian ini menggunakan data primer.
5. Berdasarkan analisisnya, penelitian ini merupakan penelitian statistik, karena statistik digunakan sebagai metode untuk menganalisis data.

### **3.2 Batasan Penelitian**

Batasan adalah ruang lingkup penelitian yang akan dilakukan dan batasan – batasan yang digunakan peneliti untuk membatasi ruang lingkup penelitian agar terfokus pada permasalahan yang sedang diteliti. Ruang lingkup penelitian dibatasi pada variabel kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan keinginan pelanggan untuk beralih dari motor Honda yang ada di Surabaya Selatan.

### **3.3 Identifikasi Variabel**

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, dan model analisis maka variabel yang diukur adalah :

#### 1. Variabel Bebas

Merupakan variabel yang berdiri sendiri, variabel ini tidak bisa dipengaruhi oleh variabel lain, tetapi variabel ini dapat mempengaruhi variabel lain. Variabel ini merupakan variabel bebas. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel bebasnya adalah:

Kepuasan Pelanggan : KP

#### 2. Variabel Terikat

Merupakan variabel yang tidak bisa berdiri sendiri, variabel ini dipengaruhi oleh variabel lain, tetapi variabel ini juga bisa mempengaruhi variabel lain, namun variabel yang dapat dipengaruhi bukan variabel terikatnya. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel terikatnya adalah:

Loyalitas Pelanggan : LP

Keinginan Beralih : KB

### **3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

#### **3.4.1 Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah gambaran tentang pengertian variabel yang dilihat dari sudut pandang peneliti. Pendefinisian ini bertujuan agar tidak terjadi kesalahan persepsi pada saat memahami penelitian. Di bawah ini definisi operasional dari variabel – variabel penelitian adalah sebagai berikut:

##### **A. Variabel Bebas**

##### **1. Kepuasan Pelanggan (KP)**

Kepuasan Pelanggan adalah pendapat pelanggan Honda tentang produk yang telah diberikan oleh perusahaan apakah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Pada variabel kepuasan pelanggan ini peneliti menggunakan skala likert sebagai alat ukur dan mendapatkan informasi dari responden. Untuk mengukur variabel ini digunakan indikator – indikator adalah sebagai berikut:

1. Puas dengan respon dari staf dan layanan cepat yang disediakan oleh perusahaan Honda.
2. Puas dengan pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh Honda.
3. Puas dengan produk yang ditawarkan oleh Honda.
4. Secara keseluruhan, kami puas dengan hubungan dengan produk ini.
5. Secara keseluruhan, produk ini adalah perusahaan yang baik dalam bisnisnya.
6. Secara keseluruhan, produk ini memperlakukan pelanggan dengan baik.

## **B. Variabel Terikat**

### **2. Loyalitas Pelanggan (LP)**

Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang diberikan produk motor Honda terhadap kesesuaian sikap dalam setiap penggunaan layanan ulang yang konsisten pelanggan kepada perusahaan Honda. Pada penelitian ini loyalitas pelanggan dapat diukur dengan seberapa besar pelanggan merekomendasikan produk Honda kepada kerabatnya, menyamakan produk Honda dengan produk lain yang dianggap lebih baik dan peluang pelanggan memilih produk Honda dibandingkan dengan produk motor lainnya. Pada variabel loyalitas pelanggan ini peneliti menggunakan skala likert sebagai alat ukur dan mendapatkan informasi dari responden. Untuk mengukur variabel ini digunakan indikator – indikator adalah sebagai berikut:

1. Mengatakan hal-hal positif tentang motor Honda kepada orang lain.
2. Menyarankan keluarga saya, teman – teman dan kerabat untuk melakukan pembelian motor Honda.
3. Menyarankan motor Honda kepada seseorang yang sedang bingung memilih motor.
4. Terus melakukan pembelian kembali motor Honda.
5. Menganggap ini sebagai produk pilihan pertama.
6. Akan melakukan lebih banyak pembelian dengan produk ini dalam beberapa tahun ke depan.

### **3. Keinginan Beralih (KB)**

Keinginan pelanggan untuk beralih atau *intentions to switch* adalah persepsi responden mengenai keinginan berpindah pada barang atau jasa untuk memenuhi

kebutuhan atau keinginan. Pada variabel Keinginan Beralih ini peneliti menggunakan skala likert sebagai alat ukur dan mendapatkan informasi dari responden. Untuk mengukur variabel ini digunakan indikator – indikator adalah sebagai berikut:

1. Ingin beralih ke produk motor lain yang menawarkan layanan yang lebih baik.
2. Ingin beralih ke produk motor lain yang menawarkan manfaat yang lebih baik.
3. Ingin beralih ke produk motor lain yang menawarkan harga dan produk yang lebih terjangkau.

#### **3.4.2 Pengukuran Variabel**

Pengukuran variabel menggunakan Skala Likert. Malhotra (2009 : 364) berpendapat bahwa skala likert merupakan skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara mulai dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju yang mengharuskan responden menentukan rentang skala persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing – masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus.

1. Skor 5 : Sangat setuju
2. Skor 4 : Setuju
3. Skor 3 : Netral
4. Skor 2 : Tidak setuju
5. Skor 1 : Sangat tidak setuju

### 3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar dalam pengerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah untuk diolah. Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah instrumen kuesioner. Instrumen untuk variabel bebasnya adalah kepuasan pelanggan, sedangkan untuk variabel terikatnya adalah loyalitas pelanggan dan keinginan pelanggan untuk beralih dari motor Honda. Adapun kisi – kisi kuesioner yang akan diterapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**KISI – KISI KUESIONER**

No	Variabel	Indikator Variabel	Sumber
1.	Kepuasan Pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Puas dengan respon dari staf dan layanan cepat yang disediakan oleh perusahaan Honda.</li> <li>2. Puas dengan pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh Honda.</li> <li>3. Puas dengan produk yang ditawarkan oleh Honda</li> <li>4. Secara keseluruhan, kami puas dengan hubungan dengan produk ini.</li> <li>5. Secara keseluruhan, produk ini adalah perusahaan yang baik dalam bisnisnya.</li> <li>6. Secara keseluruhan, produk ini memperlakukan pelanggan dengan baik.</li> </ol>	Barbara Cater & Thomas Cater (2009:590) dan Farzan Mohsan <i>et al</i> (2011:270)
2.	Loyalitas Pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> <li>7. Mengatakan hal-hal positif tentang motor Honda kepada orang lain.</li> <li>8. Menyarankan keluarga saya, teman-teman dan kerabat untuk melakukan pembelian motor Honda.</li> <li>9. Menyarankan motor Honda kepada seseorang yang sedang bingung memilih motor.</li> <li>10. Terus melakukan pembelian kembali motor Honda.</li> <li>11. Menganggap ini sebagai produk pilihan pertama.</li> <li>12. Akan melakukan lebih banyak pembelian dengan produk ini dalam beberapa tahun ke depan.</li> </ol>	Barbara Cater & Thomas Cater (2009:590) dan Farzan Mohsan <i>et al</i> (2011:270)

3.	Keinginan Pelanggan untuk Beralih	13. Ingin beralih ke produk motor lain yang menawarkan layanan yang lebih baik. 14. Ingin beralih ke produk motor lain yang menawarkan manfaat yang lebih baik. 15. Ingin beralih ke produk motor lain yang menawarkan harga dan produk yang lebih terjangkau..	Farzan Mohsan <i>et al</i> (2011:270)
----	-----------------------------------	---	---------------------------------------

### **3.6 Populasi, Sampel dan Teknik pengambilan sampel**

Menurut (Sugiyono, 2010 : 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Pada penelitian ini populasi yang digunakan oleh peneliti adalah pengguna Honda di Surabaya Selatan.

Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan alasan bahwa teknik yang digunakan adalah teknik *simple random sampling*, yang di mana desain pengambilan sampel dengan cara probabilitas tidak terbatas, tiap elemen populasi memiliki peluang yang diketahui dan sama untuk terpilih sebagai subjek, maka terdapat 1.000 elemen dalam populasi, tetapi hanya memerlukan sampel sebanyak 100 (Sekaran, 2007 : 127) dan untuk menghindari sampel eror maka kuesioner yang akan disebar sebanyak 130 kuesioner (Sekaran, 2007 : 127).

Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu:

1. Jenis kelamin laki-laki atau perempuan.
2. Usia responden mulai dari 18 tahun keatas.
3. Menggunakan dan merasakan produk motor merek Honda minimal 2 tahun.

### **3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang secara khusus diperoleh dari subyek penelitian untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik kuesioner, yaitu metode pengumpulan data melalui formulir – formulir pernyataan yang diajukan secara tertulis pada responden untuk mendapatkan tanggapan dan informasi yang diperlukan dalam penelitian.

### **3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian**

#### **A. Uji Validitas**

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Imam Ghozali 2012 : 52). Suatu kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi skor masing – masing butir pernyataan dengan skor total seluruh butir pernyataan dalam satu variabel. Perhitungan korelasi yang digunakan adalah korelasi *product moment* dari Pearson.

Pembuktian uji validitas dengan taraf signifikan 0,05 dilihat dari pernyataan dibawah :

1. Jika korelasi antara item dengan total skor mempunyai nilai sig. < 0,05, maka menunjukkan indikator tersebut valid.
2. Jika korelasi antara item dengan total skor mempunyai nilai sig. > 0,05, maka menunjukkan indikator tersebut tidak valid.

#### **B. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel (Imam Ghozali, 2012 : 47). Untuk mengukur reliabilitas butir pernyataan kuesioner adalah dengan melihat nilai *cronbach alpha*. Jika alpha



positif dan  $\alpha > 0,6$  maka butir atau variabel tersebut reliabel (Imam Ghozali 2012 : 48).

### **3.9 Teknik Analisis Data**

1. Analisis Deskriptif : analisis ini digunakan untuk memberikan gambaran hasil penelitian di lapangan terutama yang berkaitan dengan responden penelitian, termasuk juga didalamnya uji validitas dan reliabilitas.
2. Analisis Statistik : digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh dari satu variabel bebas (*independent variable*) terhadap variabel terikat (*dependent variable*) dalam penelitian dengan menggunakan analisis regresi statistik *t* melalui program *SPSS for windows* dengan asumsi uji normalitas.

#### **3.9.1 Tahap pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah :**

##### **3.9.1.1 Uji Normalitas**

Menurut Imam Ghozali (2009 : 32) uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi variabel independen maupun variabel dependen maupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model yang paling baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan analisis *Kolmogorov-Smirnov*. Analisis tersebut sangat sederhana sehingga tidak ada perbedaan persepsi antara pengamat satu dengan yang lain yang sering terjadi pada uji normalitas dengan menggunakan grafik.

Konsep dasar *Kolmogorov-Smirnov* adalah membandingkan distribusi data yang akan di uji normalitasnya dengan distribusi normal baku. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk *Z-score* dan diasumsikan normal.

Jika signifikansi  $< 0,05 \rightarrow$  data tersebut tidak terdistribusi normal

Jika signifikansi  $> 0,05 \rightarrow$  data tersebut terdistribusi normal.

Model Regresi yang telah memenuhi beberapa asumsi klasik selanjutnya akan dianalisis melalui pengujian hipotesis yang diukur dengan menggunakan nilai statistik F dan nilai statistik t.

### 3.9.1.2 Menghitung Nilai t

Hasil uji t ini digunakan untuk menyimpulkan pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Langkah-langkah yang dilakukan dalam Uji t (*Uji Parsial*) ini sebagai berikut :

a. Formulasi hipotesis nihil dan hipotesis alternatif

$H_0 ; b_1 = 0$ , berarti variabel bebas secara individu berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat.

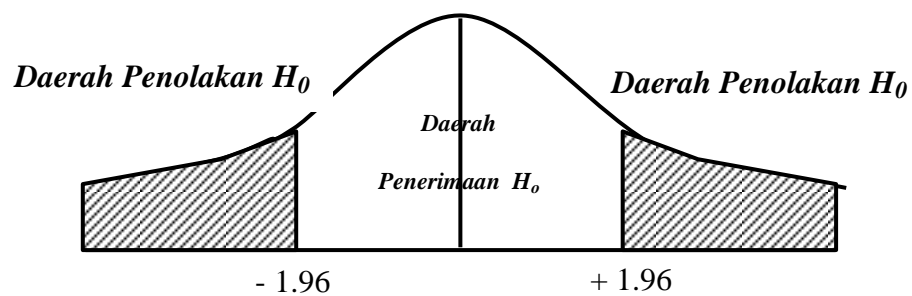
$H_1 ; b_1 \neq 0$ , berarti seluruh variabel bebas secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

b. Menentukan taraf signifikansi.

Taraf signifikansi yang digunakan adalah sebesar 95%, maka  $\alpha = 5\%$ .

$$\alpha = 0,05 \rightarrow \pm t \left( \frac{\alpha}{2}; n - k - 1 \right) = \pm 1.96$$

c. Melakukan daerah penerimaan dan penolakan  $H_0$



**Gambar 3.1**

**Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan  $H_0$  Uji t**

d. Menghitung statistik uji t dengan menggunakan program *SPSS 16 for windows*.  
 Penarikan kesimpulan memanfaatkan print out komputer dengan memperhatikan signifikansi terhadap tabel *coefficient*-nya

$H_0$  diterima atau  $H_1$  ditolak apabila signifikansi  $t >$  dari 0,05

$H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima apabila signifikansi  $t <$  dari 0,05

a. Loyalitas Pelanggan

$$= a + b_1 * \text{Kepuasan Pelanggan} + e_1$$

b. Keinginan untuk Beralih

$$= a + b_2 * \text{Kepuasan Pelanggan} + e_2$$