

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara dan tahapan penelitian yang akan dilakukan untuk meneliti suatu topik permasalahan, yang dapat memberikan gambaran mengenai langkah-langkah yang akan dilakukan selama penelitian berlangsung.

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah Penelitian Eksplansif. Penelitian jenis ini bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya (Umar dalam Purwanti, 2015). Penelitian Eksplansif memberikan penjelasan dan alasan dalam bentuk hubungan sebab-akibat. Jenis penelitian ini dapat menjelaskan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap variabel yang diamati dalam penelitian, diantaranya kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Objek penelitian ini dilaksanakan di Swalayan Koperasi Pegawai Negeri Republik Indonesia Universitas Brawijaya (KPRI UB) Malang. Waktu penelitian dan pengambilan data dilakukan pada bulan April sampai dengan Desember 2015.

3.3 Tahapan Penelitian

Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.3.1 Tahap Identifikasi Awal

Adapun tahapan dari identifikasi awal dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Observasi

Tahap awal yang harus dilakukan adalah melakukan observasi secara langsung terhadap Swalayan KPRI UB agar dapat melihat kondisi sebenarnya dari obyek yang akan diteliti.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai teori dan ilmu pengetahuan serta penelitian terdahulu yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dilakukan. Sumber pustaka berasal dari buku, jurnal, artikel, serta studi terhadap penelitian terdahulu dengan topik utama dalam penelitian ini.

3. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan tahap awal dalam mengetahui dan memahami suatu persoalan dan kondisi nyata di Swalayan KPRI UB agar dapat diberikan rekomendasi perbaikan pada permasalahan tersebut.

4. Perumusan Masalah

Langkah awal sebelum melakukan penelitian yaitu mengidentifikasi secara detail ruang lingkup permasalahan pada sistem yang akan diteliti sehingga ditemukan permasalahan yang terjadi sesuai dengan kenyataan dilapangan, untuk dicari solusi atau pemecahan masalahnya.

5. Penetapan Tujuan Penelitian

Menentukan apa yang menjadi tujuan dari penelitian yang akan dilakukan berdasarkan perumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya. Hal ini ditunjukkan untuk menentukan batasan-batasan yang perlu dalam pengolahan dan analisis hasil pengukuran selanjutnya.

6. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditakik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu:

a. Variabel Laten

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel laten/konstruk yaitu variabel independen/eksogen dan variabel dependen/endogen. Variabel independen merupakan variabel yang bebas, sedangkan variabel dependen adalah variabel yang bergantung (Purwanti, 2015). Pada penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah variabel Loyalitas Pelanggan yang dipengaruhi oleh tiga variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan.

b. Variabel Indikator

Dalam SEM variabel indikator/manifes digambarkan dengan bentuk kotak kecil dengan anak panah yang keluar dari variabel. Dalam penelitian ini indikator

dijabarkan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada kuesioner dengan menggunakan Skala *Likert*.

7. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada suatu penelitian, rumusan masalah tersebut bisa berupa pernyataan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih, perbandingan/komparasi, atau variabel mandiri/deskripsi (Purwanti, 2015).

Oleh karena SEM bukanlah suatu metode dalam membangun teori, maka bentuk hubungan antar variabel di dalamnya harus berdasarkan landasan teori yang ada. Berikut ini merupakan hipotesis penelitian atau hubungan antar variabel laten yang akan diteliti yang dibentuk berdasarkan landasan teori yang ada.

a. Pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Kualitas apabila dikelola dengan tepat, berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas memberikan nilai plus berupa motivasi khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan (Tjiptono, 2008).

Penelitian yang dilakukan oleh Sawitri, Yasa, dan Jawas (2013) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Tegal Accommodation di Ubud” menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Tegal Sari Accommodation. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Tegal Sari Accommodation maka loyalitas pelanggan akan meningkat.

Ho: Tidak ada pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

H1: Ada pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

b. Pengaruh antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Ketika pelanggan sudah menjadi loyal untuk selalu menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan tertentu, maka dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut sudah berhasil memberikan kepuasan kepada pelanggannya karena pada dasarnya kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang membuat pelanggan menjadi loyal (Susetiyana, 2009).

Penelitian yang dilakukan oleh Sawitri, Yasa, dan Jawas (2013) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Tegal

Accommodation di Ubud” menunjukkan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Tegal Sari Accommodation. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan Tegal Sari Accommodation, maka loyalitasnya akan meningkat.

H₀: Tidak ada pengaruh signifikan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

H₁: Ada pengaruh signifikan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

c. Pengaruh antara Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil kajian Morgan dan Hunt dalam Susetiyana (2011) menunjukkan bahwa kepercayaan adalah faktor yang menentukan komitmen konsumen dalam hubungan dengan perusahaan. Karena itu kepercayaan bisa dijadikan dasar dari loyalitas konsumen. Hubungan antara perusahaan dengan konsumen mensyaratkan adanya kepercayaan sebagai dasar dari loyalitas konsumen dimana semakin tinggi tingkat kepercayaan antara konsumen dengan perusahaan maka akan semakin besar kemungkinan adanya hubungan yang berkelanjutan.

Luarn dan Lin dan Bell et al dalam Susetiyana (2009) telah melakukan studi dan menemukan adanya hubungan yang signifikan antara *trust* dan *customer loyalty*. Sehingga dapat dihipotesiskan bahwa semakin tinggi *trust* maka akan semakin tinggi *customer loyalty*.

H₀: Tidak ada pengaruh signifikan antara Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan

H₁: Ada pengaruh signifikan antara Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan

d. Pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas apabila dikelola dengan tepat, berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan (Tjiptono, 2008). Susetiyana (2009) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan akan semakin meningkat seiring dengan semakin tingginya kualitas suatu produk atau *service*.

Dalam penelitian Aryani dan Rosinta (2010) pada jurnal yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan yang membentuk Loyalitas Pelanggan” menunjukkan terdapat pengaruh kuat dan positif antara variabel kualitas pelayanan KFC terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FISIP UI.

Ho: Tidak ada pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

H1: Ada pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

e. Pengaruh antara Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan

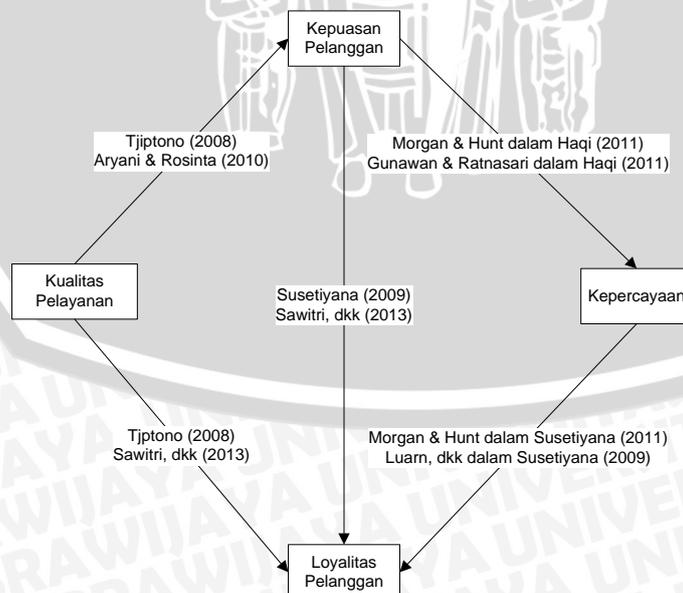
Morgan dan Hunt dalam Haqi (2011) mengemukakan bahwa pengalaman yang menyenangkan (memuaskan) akan membentuk kepercayaan. Pendapat yang sama juga dikatakan oleh Gunawan dan Ratnasari dalam Haqi (2011). Dalam jurnal penelitian yang berjudul “*Patient Intimacy dan Kepuasan Sebagai Antecedent Loyalitas Pasien pada Praktik Dokter Spesialis di Surabaya*” bahwa kepuasan akan jasa rumah sakit tersebut akan membentuk keyakinan dibenak pasien terhadap rumah sakit yang handal dan memiliki integritas yang tinggi.

Ho: Tidak ada pengaruh signifikan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan

H1: Ada pengaruh signifikan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan

8. Model Konsep Penelitian

Variabel yang telah ditentukan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam bentuk diagram pada Gambar 3.1. Dari diagram tersebut terlihat bahwa terdapat 5 hipotesis yang dibentuk dari 4 variabel laten/konstruk. Penelitian ini akan menguji hubungan yang terbentuk dalam hipotesis yang telah dibentuk berdasarkan teori sebelumnya.



Gambar 3.1 Model Konsep Penelitian

3.3.2 Tahap Pengumpulan Data

Pada bagian ini akan dijelaskan tentang jenis dan sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data, populasi dan sampel yang digunakan, serta metode pengambilan sampel dalam penelitian.

3.3.2.1 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumbernya seperti hasil wawancara atau kuesioner. Dalam penelitian ini data primer didapatkan dari kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan di Swalayan KPRI UB.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dimiliki oleh perusahaan, bahan pustaka, serta literatur dari perusahaan. Misalnya sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, yang digunakan untuk menambah gambaran objek yang diteliti.

3.3.2.2 Metode Pengumpulan Data

Metode yang dilakukan dalam pengumpulan data merupakan metode penelitian lapangan (*field research*), dimana peneliti secara langsung terjun pada proyek penelitian. Cara lain yang dipakai dalam metode ini adalah:

1. Observasi digunakan untuk memperoleh data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap keadaan yang sebenarnya di Swalayan KPRI UB.
2. Wawancara digunakan untuk mendapatkan data dengan jalan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada manajer atau beberapa karyawan Swalayan KPRI UB.
3. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada pelanggan Swalayan KPRI UB sebanyak jumlah sampel yang ditentukan. Perancangan kuesioner berdasarkan pada masing-masing indikator yang ada pada tiap-tiap variabel laten pada model SEM.

3.3.2.3 Populasi dan Sampel

Sebagaimana yang telah dijelaskan, 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, 2012). Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan Swalayan KPRI UB

Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2012). Yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang minimal telah berbelanja di Swalayan KPRI UB sebanyak 4 kali. Sehingga hasil yang diharapkan akan lebih akurat.

3.3.2.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah suatu cara yang dipergunakan untuk menentukan sampel penelitian (Purwanti, 2015). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Non Probability Sampling*, dimana merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2012).

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive* atau *Judgemental Sampling*, dimana penentuan sampel berdasarkan responden yang dianggap mengetahui atau memiliki informasi yang diperlukan oleh peneliti mengenai keadaan objek yang diteliti (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini, yang dirasa cocok untuk dijadikan responden adalah pelanggan yang minimal pernah berbelanja di Swalayan KPRI UB sebanyak 4 kali. Dengan demikian diharapkan data yang diperoleh lebih akurat.

Penentuan besarnya ukuran sampel SEM yang digunakan dalam penelitian ini menurut Solimun dalam Purwanti, dkk (2015) adalah sebanyak 5 hingga 10 kali jumlah indikator dari keseluruhan variabel. Pada penelitian ini melibatkan sebanyak 19 indikator sehingga didapatkan $19 \times 10 = 190$ yang digenapkan menjadi 200 data sampel. Menurut Santoso (2014), jumlah sampel sebanyak 200 data pada umumnya dapat diterima sebagai sampel yang representatif pada analisis SEM. Metode estimasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Maximum Likelihood Estimation* (MLE) yang dipakai sebagai *default* oleh AMOS 22. Jumlah 200 data sampel juga sesuai dengan pernyataan Ghozali dalam Aryani dan Rosinta (2010) menyatakan ukuran sampel SEM yang menggunakan MLE adalah sebesar 100 hingga 200 data sampel.

3.3.3 Tahap Pengolahan Data

Langkah sistematis yang dilakukan dalam pengolahan data pada penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Reliabilitas

Sugiyono (2012), menyatakan instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan dihasilkan data yang sama. Reliabilitas adalah indek yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.

2. Uji Analisis SEM

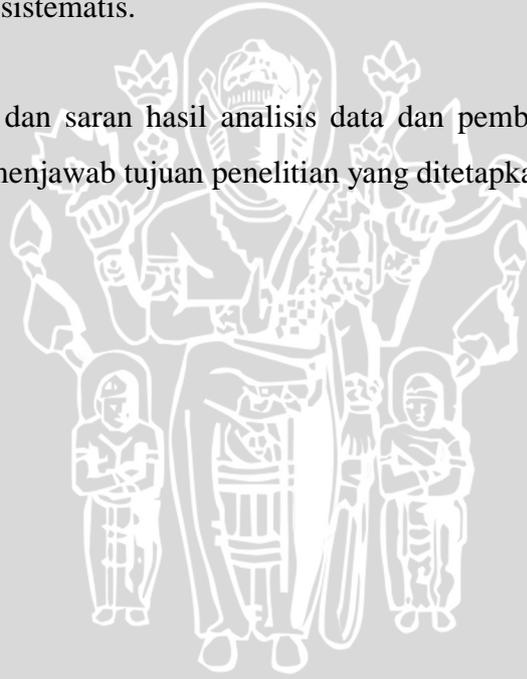
Persamaan pemodelan struktural (SEM) merupakan teknik statistik untuk menguji dan mengestimasi hubungan kausal antar variabel dalam sebuah model. Dalam penelitian ini akan dianalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Analisis dan Pembahasan

Pada tahap ini dilakukan pembahasan dari hasil analisis SEM untuk dianalisa dan diuraikan secara detail dan sistematis.

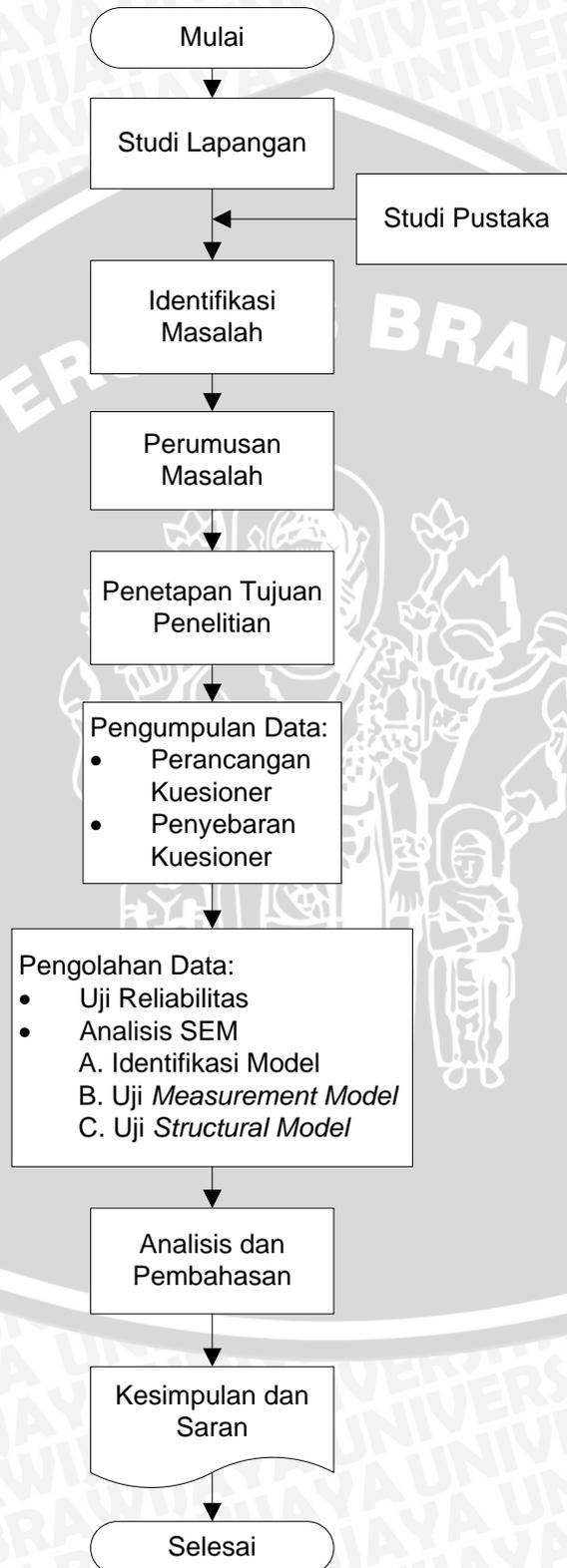
4. Kesimpulan dan Saran

Membuat kesimpulan dan saran hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan sehingga dapat menjawab tujuan penelitian yang ditetapkan.



3.4 Diagram Alir Penelitian

Tahap-tahap yang dilakukan dalam penelitian yang dibahas di atas dapat dilihat pada diagram alir yang disajikan dalam Gambar 3.2 berikut ini:



Gambar 3.2 Diagram Alir Penelitian

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Halaman ini sengaja dikosongkan)

