

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati, memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu obyek atau fenomena. Definisi operasional ditentukan berdasarkan parameter yang dijadikan ukuran dalam penelitian. Sedangkan cara pengukuran merupakan secara dimana variabel dapat diukur dan ditentukan karakteristiknya (Hidayat, 2007).

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Teori	Penulis/Buku	Indikator	Skala
1	Pelayanan	Menurut (Stanton, 2000), layanan adalah kegiatan yang dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakekatnya bersifat tak teraba (<i>intangible</i>), yang merupakan pemenuhan kebutuhan, dan tidak harus terikat penjualan produk atau jasa lain.	William J Stanton, prinsip pemasaran, 2000	1. <i>Intangible</i> (tak teraba) 2. Pemenuh kebutuhan 3. Tidak harus terikat penjualan produk atau jasa lain	Skala Likert 1-5

2	Citra Usaha	Menurut (Prof. Dr.Farida Jasfar, 2009), citra suatu perusahaan yang meliputi nama baik perusahaan, reputasi ataupunkeahliannya merupakan faktor yang sering mempengaruhikeputus an pembeli dan sektor jasa dibandingkansektor produk.	Jasfar.F, <i>Manajem en Jasa Manajem en Terpadu</i> ,2009	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reputasi perusahaan 2. <i>Physical image</i>, 3. <i>Public relation</i>. 	Skala Likert 1-5
3	Loyalitas	<p>Indikator loyalitas menurut (Kotler, 2002) dapat diukur dengan 3 (tiga) indikator sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Kesetiaan terhadap produk b. Ketahanan terhadap pengaruh yang mengenai negatif mengenai produk c. Merefensikan secara total eksistensi perusahaan <p>Ada beberapa karakteristik seorang pelanggan bisa dianggap loyal (Griffin, 2002) dalam (DR. Ratih Hurriyanti, 2005) Antara lain:</p> <p>Melakukan pembelian secara teratur, Membeli diluar lini produk atau jasa, Merekomendasikan produk lain, Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. (Kotler, Manajemen Pemasaran, 2002) 2. DR.Ratih Hurriyanti, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen,2005 	<ol style="list-style-type: none"> 1. niat untuk melakukan pembelian kembali, 2. perilaku primer (informasi transaksi) 3. perilaku sekunder (kemauan untuk merekomendasikanprod uk dan jasa di depan umum dan memberikan pujian). 	Skala Likert 1-5

Sumber : (Stanton, 2000), (Prof. Dr.Farida Jasfar, 2009), (DR. Ratih Hurriyanti, 2005), (Kotler, Manajemen Pemasaran, 2002)

3.1.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah salah satu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007, hal. 58). Berdasarkan uraian permasalahan yang telah di bahas sebelumnya, dalam mengukur loyalitas anggota, maka variabel-variabel yang diteliti adalah :

a. Variabel Independen (X) : X_1 = Pelayanan

X_2 = Citra usaha

b. Variabel Dependen (Y) : Loyalitas Anggota

3.1.2.1 Variabel Independen

Variabel independen sering disebut variabel bebas, yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2007, hal. 59).

Variabel Independen dalam penelitian ini meliputi:

1. Pelayanan

Pelayanan adalah kegiatan yang dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakekatnya bersifat tak teraba (*intangible*), yang merupakan pemenuhan kebutuhan, dan

tidak harus terikat penjualan produk atau jasa lain (Stanton, 2000).

2. Citra usaha

Citra suatu perusahaan yang meliputi nama baik perusahaan, reputasi ataupun keahliannya merupakan faktor yang sering mempengaruhi keputusan pembeli dan sektor jasa dibandingkan sektor produk (Prof. Dr.Farida Jasfar, 2009).

3.1.2.2 Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Yang dijadikan sebagai variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas anggota. Menurut (Kotler, 2008), Loyalitas sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Menurut Sheth & Mittal (2004) dalam (Fandy Tjipyono, 2011), loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Loyalitas pelanggan mencerminkan niat berperilaku pelanggan atas produk atau jasa, dan perilaku tersebut kemungkinan menghasilkan pembelian ulang dimasa yang akan datang atau pembaharuan kontrak jasa atau sebaliknya.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara di lapangan antara karyawan dan anggota KSPS BMT BUS cabang welahan.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain dan telah tersedia pada saat penelitian dilakukan. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumentasi KSPS BMT BUS cabang welahan.

3.3 Penentuan Populasi dan Sempel

3.3.1 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, 2007, hal. 115). Populasi dalam penelitian ini adalah 1.355 anggota KSPPS BMT BUS cabang welahan.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi, sehingga sampel yang diambil dari populasi harus representatif (Sugiyono, 2007).

Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang / kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2007).

Pengambilan sampel dilakukan dengan *accidental sampling*, pemilihan pengambilan sampel ini dikarenakan jumlah populasi yang datang langsung ke kantor tidak diketahui secara pasti. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian diambil dari populasi menggunakan rumus (Bungin, 2009) dalam (Annisa Milana, 2014):

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

Keterangan ; n : sampel

N : poulasi

d : tingkat kesalahan penarikan sampel 10% dan kepercayaan 90%

Dari jumlah populasi tersebut dengan tingkat kelonggaran ketidaktelitian 10%, maka dengan menggunakan rumus di atas dapat diperoleh sampel :

$$N = \frac{1.355}{1+1.355(0,10)^2} = 93,1271 \text{ dibulatkan menjadi } 94 \text{ sampel.}$$

Dengan perhitungan tersebut, maka diambil sampel sebanyak 93,1271 orang, agar penelitian ini menjadi fit maka sampel diambil menjadi 100 responden dengan ketentuan jumlah sampel tidak kurang dari minimal sampel yang telah ditentukan.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diharapkan, maka peneliti menggunakan beberapa cara sebagai berikut :

3.4.1 Kuisisioner

Teknik ini digunakan oleh peneliti sebagai alat utama dalam hal pengumpulan data. Hal ini dilakukan dengan cara mengedarkan daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang telah ditetapkan.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2007).

3.4.2 Observasi

Dengan cara pengamatan ini, peneliti meyakini dapat melihat dan mengamati sendiri kemudian mencatat perilaku dan juga kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan yang sebenarnya.

3.4.3 Studi Pustaka

Studi pustaka adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur yang dapat menunjang serta melengkapi data yang diperlukan serta berguna bagi penyusunan penelitian ini.

3.5 Metode Pengolahan Data Penelitian

Sebelum melakukan analisis data, maka perlu dilakukan tahap-tahap teknik pengolahan data sebagai berikut:

3.5.1 Editing

Editing merupakan proses pengecekan dan penyesuain yang diperoleh terhadap data penelitian untuk mempermudah proses dalam memberikan kode dan pemrosesan data dengan teknik statistik.

3.5.2 Coding

Coding merupakan kegiatan memberikan tanda berupa angka pada jawaban dari kuesioner untuk dikelompokkan ke dalam kategori yang sama. Tujuannya yaitu menyederhanakan jawaban.

3.5.3 Scoring

Scoring yaitu mengubah data yang bersifat kualitatif kedalam bentuk kuantitatif. Dalam penentuan skor ini digunakan skala likert dengan lima kategori penilaian, yaitu:

- a) Skor 5 diberikan untuk jawaban sangat setuju
- b) Skor 4 diberikan untuk jawaban setuju
- c) Skor 3 diberikan untuk jawaban netral
- d) Skor 2 diberikan untuk jawaban tidak setuju
- e) Skor 1 diberikan untuk jawaban sangat tidak setuju

3.5.4 Tabulating

Tabulating yaitu menyajikan data-data yang diperoleh dalam tabel, sehingga diharapkan pembaca dapat melihat hasil penelitian dengan jelas. Setelah proses *tabulating* selesai dilakukan, kemudian diolah dengan program komputer SPSS versi 21.

3.6 Metode Pengolahan Data

Agar data yang dikumpulkan dapat dimanfaatkan, maka data diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga nantinya dapat dijadikan dasar dalam

pengambilan keputusan. Alat ukur atau instrumen penelitian yang dapat diterima sesuai standar adalah alat ukur yang melalui uji validitas dan reliabilitas data (Hidayat, 2007).

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2005). Dalam hal ini digunakan beberapa butir pertanyaan yang dapat secara tepat mengungkapkan variabel yang diukur tersebut.

Mengukur tingkat validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Hipotesis yang diajukan adalah:

H_0 = Skor butir pertanyaan berkorelasi positif dengan total skor konstruk.

H_a = Skor butir pertanyaan tidak berkorelasi positif dengan total skor konstruk.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk tingkat signifikansi 5% dari *degree of freedom* (df) = $n - k - 1$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, demikian sebaliknya bila r hitung $<$ r tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2005).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005).

Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach*, yaitu:

1. Apabila hasil koefisien Alpha > 0,6 maka kuesioner tersebut reliable.
2. Apabila hasil koefisien Alpha < 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliable.

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu : pelayanan (X_1) dan citra usaha (X_2) terhadap variabel terikat yaitu : loyalitas anggota (Y).

Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut (Ghozali, 2005):

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

Dimana:

Y = Variabel dependen (loyalitas anggota)

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3	= Koefisien garis regresi
X_1, X_2	= Variabel independen (pelayanan, citra usaha)
e	= <i>error</i> / variabel pengganggu

3.6.4 Uji Hipotesis

3.6.4.1 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Ujit)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X_1 dan X_2 (pelayanan dan citra usaha) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (loyalitas anggota) secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2005). Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

H_0 : Variabel-variabel bebas (pelayanan dan citra usaha) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (loyalitas anggota).

H_a : Variabel-variabel bebas (pelayanan dan citra usaha) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (loyalitas anggota).

Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2005) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.6.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005). Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah:

H_0 : Variabel-variabel bebas yaitu layanan dan citra usaha tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu loyalitas anggota

H_a : Variabel-variabel bebas yaitu layanan dan citra usaha mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu loyalitas anggota.

Adapun dasar pengambilan keputusannya (Ghozali, 2005) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a. Apabila probabilitas signifikansi >0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b. Apabila probabilitas signifikansi <0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.6.4.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2005). Nilai Koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas (layanan dan citra usaha) dalam menjelaskan variasi variabel terikat

(loyalitas anggota) amat terbatas. Begitupula sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah biasa terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel bebas, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

