

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian, menurut Sugiyono (2019), dapat berupa apa saja yang diputuskan oleh peneliti perlu diselidiki agar dapat mempelajari lebih lanjut dan menarik kesimpulan. Menurut pembenaran ini, ada hal-hal yang harus diperhatikan dalam belajar untuk mempelajari sesuatu. Fokus analisis ini adalah pada hubungan antara harga jual, kualitas layanan, dan retensi pelanggan.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Teknik kuantitatif yang digunakan dalam bentuk survei deskriptif untuk penelitian ini. Data dalam penelitian kuantitatif adalah angka-angka yang diukur dengan menggunakan statistik sebagai alat uji hitung yang dihubungkan dengan masalah penelitian untuk memberikan kesimpulan, seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2019) yang berpendapat bahwa teknik pendekatan ini didasarkan pada positivistik (data konkret).

3.2.2 Operasional Variabel

Dalam penyelidikan ini, skala Likert digunakan untuk mengkuantifikasi variabel penelitian. Pendapat, sikap, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena semuanya dapat diselidiki dengan menggunakan skala Likert, seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2019). Beberapa variabel dalam penyelidikan ini telah diberikan operasionalisasi sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Skala
1.	Harga (X1)	Keterjangkauan harga Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Ordinal

		Kesesuaian harga dengan manfaat produk Daya saing harga	
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	<i>Tangibles</i> <i>Reliability</i> <i>Responsiveness</i> <i>Assurance</i> <i>Emphaty</i>	Ordinal
3.	Loyalitas Pelanggan (Y)	<i>Repeat</i> <i>Retention</i> <i>Referalls</i>	Ordinal

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Ada dua jenis sumber data yang menyediakan informasi tambahan untuk studi. Kedua kumpulan data ini adalah:

1. Data Primer

Dalam penelitian ini, konsumen maxim yang sesuai kriteria sehingga dapat disebut sebagai pelanggan merupakan responden penelitian.

2. Data Sekunder

Sugiyono (2018) mendefinisikan data sekunder sebagai informasi yang diperoleh dari sumber lain, seperti wawancara, survei, dan karya yang diterbitkan. Buku, jurnal, jajak pendapat, dan artikel yang sesuai digunakan sebagai sumber data sekunder.

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019), populasi merupakan wilayah umum yang terbentuk dari hal-hal atau sekelompok orang yang memiliki ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan dihasilkan kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Maxim yang sesuai dengan kriteria penelitian.

3.2.4.2 Sampel

Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa sampel penelitian diambil dari populasi yang lebih besar. Metode non-probabilitas, termasuk purposive sampling, digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Purposive sampling, sebagaimana didefinisikan oleh Sugiyono (2019), adalah suatu metode untuk memilih subset dari suatu populasi. Perbandingan sampel penelitian ini mengikuti kriteria pemilihan sampel penelitian yang ditetapkan oleh peneliti. Di antara persyaratannya adalah: Mempunyai aplikasi Maxim, aktif menggunakan Maxim dalam kurun waktu dua bulan terakhir, dan rutin menggunakan jasa transportasi Maxim minimal satu bulan sekali.

Penelitian ini mengadopsi pernyataan Hair (2019) untuk mengetahui jumlah sampel yang akan diambil. Pada pernyataan tersebut terdapat syarat untuk mengetahui jumlah sampel. Syarat dalam pernyataan ini adalah jumlah sampel penelitian minimal berjumlah 100 sampel. Selanjutnya untuk mengetahui jumlah tetap sampel penelitian ialah jumlah indikator dikalikan 5-10 sampai setidaknya mencapai jumlah minimal syarat jumlah sampel. Semakin tinggi jumlah sampel yang digunakan maka semakin baik. Indikator pada penelitian ini berjumlah 12, kemudian dikalikan dengan 10 maka dihasilkan jumlah pengambilan sampelnya sebanyak 120.

3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Handayani (2020) mendefinisikan sampling sebagai prosedur di mana subset yang representatif dari suatu populasi dipilih untuk mempelajari fitur-fiturnya dan kemudian mengekstrapolasi temuan tersebut ke seluruh populasi.

Purposive sampling digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini, yang didefinisikan sebagai "strategi pengambilan sampel di mana sampel diambil berdasarkan kriteria tertentu yang ditentukan oleh penulis." Hal ini dilakukan untuk menjamin bahwa sampel mewakili populasi target dan akan memberikan hasil yang akurat.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data, penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

Fahzy Nuansyah Ilham, 2023

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Start-Up Transportasi Online (Studi pada Start-Up Maxim di Kota Tasikmalaya)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Kuesioner

Sugiyono (2019) mendefinisikan kuesioner sebagai “suatu metode pengumpulan informasi dari partisipan penelitian berupa seperangkat pertanyaan atau seperangkat pernyataan tertulis”. Sugiyono (2019) mengatakan bahwa kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang efektif jika peneliti mengenal variabel-variabel yang akan dinilai dan faktor-faktor yang berhubungan dengan harapan responden. Saat Anda mengetahui bahwa Anda akan mendapat banyak balasan dari wilayah geografis yang luas, kuesioner adalah cara terbaik untuk mengumpulkan data tersebut.

Pada penelitian ini, responden diajukan serangkaian pertanyaan serta pernyataan tertulis oleh peneliti melalui perangkat lunak survei berbasis web yang disebut Google Forms. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan melalui kuesioner tertutup dibuat menggunakan skala Likert.

2. Studi Pustaka

Studi kepustakaan, seperti yang didefinisikan oleh Sugiyono (2019) mencakup penelitian teoretis dan kumpulan referensi tentang nilai-nilai, adat istiadat, dan adat istiadat masyarakat yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan bahan-bahan yang diperlukan untuk tinjauan literatur dengan membaca sejumlah buku tentang analisis data.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Realibilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Menurut Sugiyono (2019), validitas mengungkapkan seberapa baik data yang diperoleh peneliti sesuai dengan data yang terkandung dalam item itu sendiri. Sugiyono (2019) menyatakan bahwa kriteria utama pada penelitian utama terhadap hasil daripada penelitiannya merupakan valid, reliabel, dan objektif.

Agar sebuah instrumen mampu dikatakan valid, maka instrumen tersebut wajib mempunyai alat ukur yang tepat sesuai dengan penelitiannya untuk mendapatkan data yang akurat secara efektif. Hal itu dikarenakan sangat penting bagi suatu instrumen secara tepat mewakili serangkaian variabel yang diteliti. Validitas suatu kuesioner dapat dinyatakan valid apabila nilai korelasi hitung lebih besar dari nilai korelasi tabel ($\text{Valid} = r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$) (Sugiyono, 2019). Suatu

variabel dapat dikatakan valid apabila menghasilkan nilai r hitung lebih tinggi daripada nilai r tabel pada tingkatan signifikansi (α) 0,05 serta uji pendahuluan yang dilakukan menggunakan 30 responden awal guna mengetahui kelayakan variabel tersebut ketika diimplementasikan. Oleh karena itu, ambang batas nilai korelasi minimum adalah 0,631 sesuai dengan ketentuan. Perhitungan uji validitas pada penelitian ini diimplementasikan dengan perangkat lunak SPSS (Statistical Package for Social Sciences)

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas, seperti yang didefinisikan oleh Ghazali (2018), adalah metode untuk mengevaluasi efektivitas kuesioner sebagai proksi dari beberapa konsep atau variabel. Statistik Cronbach Alpha digunakan untuk memeriksa konsistensi. Masalah ketepatan pengukuran dan ketergantungan hasil adalah di mana keandalan bersinar paling terang. Berikut contoh pengujian reliabilitas penelitian dengan menggunakan pendekatan alpha yang digunakan oleh teknik Cronbach Alpha:

$$\alpha = \frac{kr}{1+(k-1)r}$$

Keterangan:

α : koefisien reabilitas

r : koefisien rata-rata korelasi antar variabel

k : jumlah variabel bebas dalam persamaan

Jika Alpha Cronbach untuk variabel tertentu lebih dari 0,60, dapat dengan yakin mengatakan bahwa itu adalah ukuran yang dapat dipercaya. Peneliti dapat memperbaiki struktur frase atau mengubah arti pertanyaan jika datanya salah.

3.2.7 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan ikhtisar atau penjelasan tentang item penelitian menggunakan data populasi atau sampel, tetapi tidak menganalisis data atau menarik kesimpulan luas dari hasilnya. Hal tersebut dilakukan dengan cara mendeskripsikan karakteristik dasar dari data yang telah tersedia. Dalam menyajikan data deskriptif terdapat beberapa format seperti distribusi frekuensi, tabel biasa, grafik batang, diagram lingkaran, grafik garis serta pictogram. Akan tetapi, yang terpenting dalam menyajikan data adalah bagaimana

data tersebut dapat komunikatif atau mudah dipahami, sehingga pembaca mampu dengan mudah memahami isi dari penelitian tersebut (Sugiyono, 2019).

Dilakukannya analisis deskriptif adalah untuk mengetahui bentuk sebab akibat antara variabel X (Harga dan Kualitas Pelayanan) sebagai variabel independen dan variabel Y (Loyalitas Pelanggan) sebagai variabel dependen. Dalam penelitian ini, skala likert digunakan untuk mengukur tanggapan responden penelitian. Skala likert merupakan skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur perilaku dan sikap yang menunjukkan bagaimana responden memandang serta merespon pernyataan atau pertanyaan yang disajikan kepada mereka (Priyono, 2016). Dalam penelitian ini skala likert menggunakan rentang skala 1-5, yang mana dijelaskan dalam tabel 3.2 berikut :

Tabel 3. 2 Skala Likert

Angka	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Ragu-Ragu (RR)
4	Setuju (ST)
5	Sangat Setuju (SS)

Mengacu kepada informasi yang tercantum pada tabel 3.2, 5 skor poin pada skala likert digunakan untuk menggambarkan tingkat persetujuan terhadap pernyataan atau pertanyaan yang disajikan dalam kuesioner. Selanjutnya, ditetapkan rentang skala tersebut yang berdasarkan kepada rumus interval yang menggunakan persamaan berikut (Sudjana, 2016):

$$Interval = \frac{Skor\ Terbesar - Skor\ Terkecil}{Jumlah\ Skala}$$

$$Interval = \frac{5 - 1}{5}$$

$$Interval = 0.8$$

Setelah memperoleh rentang skala interval, tahap selanjutnya adalah menentukan rentang skala pendapat responden untuk mengetahui jumlah rata-rata penilaian responden terhadap setiap pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner penelitian. Informasi mengenai rentang skala dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 3. 3 Rentang Skala Analisis Deskriptif Pertama

Rentang Skala	Keterangan
1.00 – 1.80	Sangat Rendah
1.81 – 2.60	Rendah
2.61 – 3.40	Cukup
3.41 – 4.20	Tinggi
4.21 – 5.00	Sangat Tinggi

3.2.8 Uji Asumsi Klasik

Analisis regresi linier berganda, seperti dijelaskan oleh Ghozali (2018), diawali dengan verifikasi hipotesis sebelumnya. Tes ini digunakan untuk memverifikasi akurasi, presisi, dan keterbukaan dari koefisien regresi. Normalitas data, multikolinieritas, autokorelasi, linieritas, dan heteroskedastisitas semuanya diuji dan ditemukan sesuai sebelum pengujian dapat dilanjutkan dengan analisis regresi linier.

3.2.8.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan pada residual sebelum regresi untuk memastikan mereka berasal dari sampel yang terdistribusi normal. Untuk menyimpulkan bahwa data mengikuti distribusi normal, nilai signifikansi harus lebih besar dari alpha 0,05 atau 5%. Tes Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk memeriksa ketidaknormalan, dan SPSS digunakan untuk analisis statistik dan representasi visual. Jika kuantitas informasi di atas dan di bawah rata-rata sama, dan standar deviasi data juga sama, maka data dikatakan berdistribusi teratur (Ghozali, 2018). Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode grafik Normal Probability Plots melalui software SPSS. Penerapan metode ini mengikuti pedoman yang telah diuraikan oleh Ghazali (2018) yaitu sebagai berikut:

1. Asumsi normalitas dalam model regresi dikatakan terpenuhi jika titik-titik data terdistribusi secara merata di sepanjang garis diagonal dan mengikuti tren yang sama dengan garis diagonal, atau jika histogram menampilkan pola yang menunjukkan distribusi normal.
2. Asumsi normalitas dalam model regresi dianggap dilanggar jika histogram tidak menunjukkan pola yang sesuai dengan distribusi normal dan terdapat

banyak titik data terdistribusi yang jauh dari garis diagonal dan tidak sesuai dengan arah garis lurus. garis diagonal.

3.2.8.2 Uji Heterokedastisitas

Untuk menentukan apakah varians residual dalam model regresi tidak sama di seluruh pengamatan, digunakan uji heteroskedastisitas. Terdapatnya homoskedastisitas mengacu pada kondisi dimana varian dari residual tetap konstan di seluruh pengamatan, sedangkan heterokedastisitas menunjukkan serangkaian varian yang bervariasi. Model regresi yang baik ditandai dengan terdapatnya homoskedastisitas dan tidak terdapatnya heterokedastisitas (Ghozali, 2018)

Uji heterokedastisitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan uji Spearman's Rho dengan menggunakan software SPSS. Dasar pengambilan keputusan pada uji heterokedastisitas pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi > 0.05 , maka disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heterokedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi < 0.05 , maka dapat disimpulkan terdapat masalah heterokedastisitas.

3.2.8.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi mengandung variabel bebas yang berkorelasi tinggi. Model yang bebas multikolinearitas dalam uji regresi sangat ideal. Berikut adalah metode pengujian multikolinearitas:

1. Nilai R^2 yang terhasikan oleh estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan dalam mempengaruhi variabel terikat.
2. Bandingkan dan kontraskan seberapa baik faktor independen memengaruhi kinerja. Multikolinearitas dapat ditunjukkan jika ada korelasi yang signifikan antara variabel independen.
3. Multikolinieritas dapat dilihat dari VIF, jika $VIF < 10$ maka tingkat kolinieritasnya dapat ditoleransi. Nilai eigenvalue sejumlah satu atau lebih variabel bebas yang mendekati nol menunjukkan adanya multikolinieritas.

3.2.9 Rancangan Pengujian Hipotesis

Menurut Ghozali (2018), terdapat dua jenis uji dimana uji statistik F untuk sampel berpasangan dan uji T untuk sampel independen digunakan untuk menguji relevansi hipotesis dalam penelitian ini.

1. Analisa regresi linier berganda

Variabel dependen (Y) dikaitkan dengan dua atau lebih variabel independen dalam penelitian regresi linier berganda. Memprediksi atau memperkirakan nilai suatu variabel dalam hubungannya dengan variabel lain dimungkinkan dengan menggunakan studi semacam ini. Dalam analisis ini, loyalitas pelanggan (Y) berkorelasi dengan dua faktor lainnya: harga (X1) dan kualitas layanan (X2). Persamaan garis regresi memiliki bentuk:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Loyalitas Pelanggan

α : Konstanta

$\beta_1 \beta_2$: Koefisien regresi

X1 : Harga

X2 : Kualitas Pelayanan

e : Standar Error

2. Uji T (Parsial)

Salah satu penggunaan statistik yang sering digunakan adalah uji T. Ketika varian populasi sampel tidak diketahui, uji T digunakan. Dengan mengasumsikan bahwa semua faktor lain tetap sama, uji T dapat digunakan untuk menentukan signifikansi statistik dari pengaruh yang dimiliki masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan membandingkan nilai signifikansi dengan margin kesalahan, dapat ditarik kesimpulan; misalnya, jika nilai signifikansi lebih besar dari nilai alpha, maka variabel independen memang memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen.

Adapun dasar pengambilan keputusannya yaitu:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel bebas (X) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka variabel bebas (X) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan jika, nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak dan jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (Ghozali, 2018).

3. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui pengaruh yang terjadi maka dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai tingkat kepercayaan 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka terdapat hubungan yang signifikan antar semua variabel independen terhadap variabel dependen pengajuan hipotesisnya yaitu:

$H_0 : b_1, b_2 = 0$, maka variabel bebas (X) secara serentak tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, maka variabel bebas (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

Dasar pengambilan keputusan yaitu:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima H_0 ditolak artinya adalah variabel bebas (X) secara serentak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak artinya adalah variabel bebas (X) secara serentak tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

Dan dapat dihasilkan kesimpulan jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak dan jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan dari koefisien determinasi (R^2) adalah untuk mengevaluasi kekuatan hubungan antara harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) variabel independen dan variabel dependen, loyalitas pelanggan (Y). R^2 dimaksudkan sebagai ukuran kuantitatif dari kekuatan prediksi model, atau kemampuannya untuk memperhitungkan perbedaan yang diamati dalam

variabel dependen. Koefisien determinasi dapat mengambil nilai antara 0 dan 1 (Ghozali, 2018); nilai yang rendah menunjukkan bahwa kekuatan penjelas model terbatas, sedangkan nilai yang tinggi menunjukkan bahwa himpunan variabel independen memberikan informasi yang hampir lengkap untuk memprediksi variasi dalam variabel dependen).

Analisis koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Rumus berikut ini digunakan guna menentukan nilai koefisien pada model penelitian regresi berganda:

$$Kd = R^2 \cdot 100\%$$

Keterangan:

Kd: Koefisien Determinasi

R^2 : Koefisien Korelasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan tolak ukur yang memiliki kisaran antara 0 dan 1, atau 0% dan 100%. Nilai (R^2) = 0 memberikan informasi bahwa model tidak menjabarkan pengaruh antara variasi variabel X terhadap Y.

Di sisi lain, ketika (R^2) = 1 atau mendekati 1, hal ini mengindikasikan terdapatnya pengaruh positif yang kuat dan hubungan yang sangat berkorelasi antara variabel yang diuji pada penelitian.

Sebaliknya, jika (R^2) = -1 atau mendekati -1, hal ini mengindikasikan terdapatnya pengaruh negatif yang lemah dan hubungan yang lemah antara variabel. Tanda negatif mengisyaratkan terdapatnya hubungan yang terbalik, terdapatnya peningkatan nilai X menyebabkan penurunan nilai Y serta sebaliknya.

Terakhir, jika (R^2) = 0 atau mendekati 0, hal ini mengindikasikan terdapatnya korelasi yang lemah atau bahkan tidak ada korelasi sama sekali antara serangkaian variabel yang diteliti.