

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1. Objek Penelitian

Menurut Kusnendi dan Edi Suryadi (2005;28), “jenis variabel terbagi menjadi empat yaitu variabel bebas (*independent/predictor variable*), variabel tidak bebas (*dependent/criterion variable*), variabel antara (*intervening variable*), dan variabel moderator (*moderating variable*)”. Variabel tidak bebas yaitu variabel yang dipengaruhi variabel lain, sedangkan variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi, baik secara positif atau negatif terhadap variabel tidak bebas.

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh program retensi pelanggan (*customer retention*) terhadap loyalitas penumpang Kereta Api Argo Gede Jurusan Bandung-Jakarta. Adapun yang menjadi variabel bebas (X) (*independent variable*) adalah program retensi pelanggan (*customer retention*) dengan indikator pada program kekecewaan pelanggan, program perpindahan pelanggan dan program keterikatan pelanggan sedangkan yang menjadi variabel terikat (variabel Y) adalah loyalitas penumpang Kereta Api Argo Gede Jurusan Bandung-Jakarta.

Kereta api Jurusan Bandung-Jakarta kelas eksekutif terutama Kereta Api Argo Gede Jurusan Bandung-Jakarta merupakan salah satu trayek kereta api yang memiliki tingkat persaingan yang tinggi dengan jenis transportasi lainnya. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini ditujukan kepada para penumpang kereta api yang sering menggunakan Kereta Api Argo Gede Jurusan Bandung-

Jakarta yang sedang berada pada Stasiun Kereta Api Bandung. Secara keseluruhan, waktu penelitian yang dilaksanakan pada kurun waktu antara bulan September 2006 hingga bulan Januari 2007. Dengan demikian metode yang dipergunakan adalah metode *cross sectional*. *Cross sectional method* adalah metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang) (Husein Umar, 2001:45).

### **3.2 Metode Penelitian dan Desain Penelitian**

#### **3.2.1 Metode Penelitian**

Metode yang relevan untuk penelitian manajemen terdapat 3 jenis, yaitu metode deskriptif atau survey deskriptif, metode *explanatory* atau *survey explanatory/verifikatif*, dan metode eksperimen (Suryana, dkk, 2005:6). Metode deskriptif merupakan metode yang digunakan apabila dimaksudkan untuk mendeskripsikan ciri-ciri, unsur-unsur, sifat-sifat suatu fenomena. Metode *explanatory* yaitu metode yang digunakan untuk memprediksikan dan menjelaskan hubungan atau pengaruh dari suatu variabel ke variabel lainnya. Sedangkan metode eksperimen digunakan untuk penelitian eksak atau penelitian tindakan (*action research*).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey explanatory*.

Menurut Ker Linger (Sugiyono, 2005:7) bahwa,

Metode survei yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data-data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut Sugiyono (2005:11) “penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran dari variabel penelitian.” Hal serupa dikemukakan oleh Traver Travens (Husein Umar, 2001:21) bahwa:

Penelitian dengan menggunakan metode *deskriptif* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi masing-masing mengenai tanggapan responden terhadap tingkat program retensi pelanggan, dan tingkat loyalitas penumpang Kereta Api Argo Gede Jurusan Bandung-Jakarta. Jenis penelitian *verifikatif* menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini penelitian *verifikatif* bertujuan untuk mengetahui pengaruh program retensi pelanggan terhadap loyalitas penumpang Kereta Api Argo Gede Jurusan Bandung-Jakarta.

### **3.2.2 Desain Penelitian**

Menurut David Aaker (2004:73), “*research design is the detailed blueprint used to guide a research study toward it’s objective* (desain penelitian adalah suatu rancangan yang digunakan sebagai panduan penelitian dalam mencapai tujuan penelitian).” Berdasarkan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh program retensi pelanggan terhadap loyalitas penumpang Kereta Api Argo Gede Jurusan Bandung-Jakarta, maka desain penelitian yang digunakan adalah desain kausal.

### 3.3 Operasionalisasi Variabel

Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

<b>Variabel/Sub Variabel</b>	<b>Konsep Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Ukuran</b>	<b>No. Instrumen</b>
<b>Retensi Pelanggan (Customer Retention) (X)</b>	Tujuan strategik dari usaha mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. "the strategic objective of striving to maintain longterm relationship with customers." (Francis Buttle, 2004;298)	Program Retensi Pelanggan (Customer Retention) terdiri dari:		
		1. Program Kekecewaan Pelanggan/ Customer Defection  (Aktivitas pemasaran yang dilakukan untuk mencegah pelanggan berpindah karena kekecewaan terhadap pelayanan atas produk dan jasa yang ditawarkan).	1. Tingkat kecepatan pelayanan pembelian tiket (karcis) 2. Tingkat keramahan dan kesopanan petugas loket dalam pembelian tiket (karcis) 3. Tingkat keramahan dan kesopanan petugas dalam gerbong 4. Tingkat keramahan dan kesopanan petugas pemeriksa tiket (karcis) 5. Tingkat keramahan dan kesopanan petugas customer service	4.1.1  4.1.2  4.1.3 dan 4.1.7  4.1.4 dan 4.1.8  4.1.5 dan 4.1.9

(Lanjutan Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel)

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	No. Instrumen
			6. Tingkat kesesuaian harga dengan kenyamanan dalam gerbong dan stasiun	4.1.6 dan 4.1.10
			7. Tingkat kesesuaian harga dengan keamanan dalam gerbong dan stasiun	4.1.11
			8. Tingkat kesesuaian harga dengan ketepatan jadwal berangkat dan tiba	4.1.12
			9. Tingkat kesesuaian harga dengan jaminan keselamatan	4.1.13
			10. Tingkat kejelasan informasi denah stasiun kereta api	4.1.14
			11. Tingkat kejelasan informasi jadwal berangkat dan tiba yang disampaikan oleh pegawai kereta api	4.1.15
			12. Tingkat kejelasan informasi jalur trayek kereta api yang disampaikan oleh pegawai kereta api	4.1.16
			13. Tingkat kebersihan ruang tunggu	4.1.17
			14. Tingkat kebersihan toilet stasiun kereta api	4.1.18
			15. Tingkat kebersihan toilet dalam gerbong kereta	4.1.19
			16. Tingkat kebersihan dalam gerbong kereta	4.1.20
			17. Tingkat keterlambatan jadwal berangkat kereta api	4.1.21
			18. Tingkat keterlambatan jadwal tiba kereta api	4.1.22

(Lanjutan Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel)

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	No. Instrumen
		2. Program Perpindahan Pelanggan/ <i>Customer Migration</i> (Aktivitas pemasaran yang mengindikasikan perpindahan pelanggan karena kebutuhan dan keinginan mereka yang tidak terpenuhi lagi dengan produk atau jasa yang berikan).	1. Tingkat kemudahan pemesanan tiket (karcis) atau <i>ticketing online system</i> 2. Tingkat kemudahan pembelian tiket (karcis) 3. Tingkat kenyamanan restorasi dalam gerbong 4. Tingkat kenyamanan fasilitas ruang tunggu 4. Tingkat kenyamanan fasilitas ruang antar jemput 5. Tingkat kenyamanan loket pembelian tiket (karcis) 6. Tingkat kenyamanan tempat duduk di ruang tunggu 7. Tingkat kenyamanan tempat duduk dalam gerbong kereta 8. Tingkat kemudahan melakukan parkir 9. Tingkat kemudahan untuk akses ke stasiun 10. Tingkat perawatan fasilitas dan gedung stasiun	4.2.1  4.2.2  4.2.3  4.2.4  4.2.5  4.2.6  4.2.7  4.2.8  4.2.9  4.2.10  4.2.11
		3. Program Keterikatan Pelanggan/ <i>Customer Bonding</i>	1. Tingkat frekuensi pemunculan informasi jadwal keberangkatan kereta api pada media cetak (koran, majalah, tabloid)	4.3.1

(Lanjutan Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel)

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	No. Instrumen
		(Aktivitas pemasaran untuk mengikat pelanggan bahwa produk yang ditawarkan/dikonsumsi adalah satu-satunya solusi yang dibutuhkan pelanggan sehingga pelanggan tidak pindah ( <i>migrate</i> ) ke produk produk lain).	2. Tingkat frekuensi pemunculan informasi harga tiket (karcis) pada media cetak (koran, majalah, tabloid)	4.3.2
			3. Tingkat besaran pemberian diskon tarif kereta api	4.3.3
			4. Tingkat frekuensi penetapan diskon tarif kereta api	4.3.4
			5. Tingkat frekuensi keikutsertaan promo bonus perjalanan gratis	4.3.5
			6. Tingkat frekuensi pemunculan informasi/petunjuk jalan letak lokasi stasiun kereta api terdekat	4.3.6
			7. Tingkat frekuensi pemasangan spanduk dan billboard yang berisi pesan peringatan keselamatan dan keamanan di jalan raya yang disponsori oleh PT. KA	4.3.7
			8. Tingkat jumlah pemasangan fasilitas palang pengaman pada jalan raya yang dilalui kereta api	4.3.8
			9. Tingkat jumlah pemasangan peringatan keselamatan pada daerah sekitar stasiun dan gerbong kereta api.	4.3.9
			10. Tingkat jumlah petugas yang mengenali pribadi pelanggan	4.3.10
			11. Tingkat jumlah petugas yang dikenali pelanggan	4.3.11

(Lanjutan Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel)

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	No. Item
			12. Tingkat frekuensi pemberitahuan promosi yang akan atau sedang diadakan PT. KA	4.3.12
			13. Tingkat kesadaran akan keberadaan forum Fans Berat Kereta Api (FBKA)	4.3.13
			14. Tingkat keikutsertaan pada forum Fans Berat Kereta Api (FBKA)	4.3.14
			15. Tingkat frekuensi PT. KA menganjurkan/membujuk pelanggan untuk mengajak serta orang lain menggunakan kereta api	4.3.15
			16. Tingkat respon PT. KA terhadap saran dan kritik	4.3.16
			17. Tingkat kepercayaan pelanggan kepada keselamatan dan fasilitas produk-produk PT. KA	4.3.17
<b>Loyalitas Pelanggan (Customer Loyalty) (Y)</b>	Suatu pola pembelian yang teratur dalam waktu yang lama yang dilakukan oleh unit-unit pembuat atau pengambil keputusan. (Griffin, 2005;5)	1. Penggunaan ulang secara teratur	1. Tingkat frekuensi menggunakan kereta api dalam waktu satu bulan	5.1.1
			2. Tingkat frekuensi penggunaan kereta api dalam waktu satu tahun	5.1.2
		2. Penggunaan antar lini produk atau jasa	1. Tingkat frekuensi menggunakan kereta api kelas eksekutif untuk trayek yang lain	5.2.1
			2. Tingkat frekuensi penggunaan kereta api selain kelas eksekutif (bisnis, ekonomi, listrik, KRD)	5.2.2



(Lanjutan Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel)

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	No. Item
		3. Referensi kepada orang lain	1. Tingkat frekuensi pelanggan merekomendasikan untuk menggunakan kereta api kepada orang lain	5.3.1
			2. Tingkat frekuensi pelanggan menceritakan pengalaman menggunakan kereta api	5.3.2
		4. Kekebalan terhadap tarikan pesaing	1. Tingkat penolakan tawaran pemotongan harga dari transportasi lain	5.4.1
			2. Tingkat pilihan kereta api sebagai transportasi utama bagi pelanggan untuk melakukan perjalanan	5.4.2

### 3.4 Sumber dan Alat Pengumpulan Data serta Teknik Penarikan Sampel

#### 3.4.1 Sumber Data

Data dalam penelitian dapat dibedakan menjadi dua yaitu data sekunder dan primer. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain atau lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Sedangkan data primer adalah data yang diperoleh dari responden secara langsung yang dikumpulkan melalui survei lapangan dengan menggunakan alat pengumpulan data tertentu yang dibuat secara khusus untuk itu (Sugiyono, 2005:129). Data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.2.

**Tabel 3.2**  
**Jenis dan Sumber Data**

<b>Jenis Data</b>	<b>Sumber Data</b>
Data perkembangan armada pengangkutan	www.dishub.com
Data kondisi sarana dan prasarana kereta api	Laporan Manajemen Triwulan I Tahun 2005 PT. Kereta Api
Data kinerja keuangan PT. KA	Laporan Manajemen Triwulan I Tahun 2005 PT. Kereta Api, www.liputan6.com, www.jawapos.com
Data jumlah penumpang kereta api, pesawat udara, angkutan laut, dan bus	www.bps.go.id dan www.dephub.go.id
Data peta persaingan kereta api dengan jenis transportasi lain	Laporan Studi Penataan Ulang Sistem Pemasaran Jasa Angkutan Penumpang PT. Kereta Api (Persero)
Data persepsi penumpang kereta api mengenai tingkat program retensi pelanggan dan tingkat loyalitas.	Responden

### 3.4.2 Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data, mengacu pada cara apa data yang diperlukan dalam penelitian dapat diperoleh. Kaitannya dalam hal tersebut, serta dengan melihat konsep analitis dari penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dapat melalui kombinasi secara langsung atau tidak.

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, maka data dikumpulkan dengan cara sebagai berikut:

- a. Studi kepustakaan, yaitu usaha untuk mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah variabel yang diteliti yaitu program retensi pelanggan dan loyalitas penumpang Kereta Api Argo Gede Jurusan Bandung-Jakarta.
- b. Observasi yang dilakukan dengan meninjau dan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yang berada pada ruang tunggu Stasiun Kereta Api Bandung.

c. Angket, yaitu teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadi anggota sampel penelitian yaitu penumpang kereta api yang menggunakan Kereta Api Argo Gede Jurusan Bandung-Jakarta. Dalam penelitian ini kuesioner atau angket berlaku sebagai data primer. Angket yang digunakan dan disebarakan kepada responden merupakan angket dengan pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup (*Closed-Ended Question*) yaitu angket dengan item-item pertanyaan yang disusun dengan memberikan alternatif jawaban yang disediakan oleh peneliti (Asep Hermawan, 2006:130). Dengan menggunakan angket tertutup sebagai teknik pengumpulan data akan mempermudah peneliti dalam melakukan analisis data dari seluruh angket sehingga dapat menghemat waktu.

Analisis data angket dilakukan dengan menggunakan skala pengukuran. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur (angket), sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2005:84). Pada angket bagian tanggapan responden menggunakan skala pengukuran *semantic deferensial* yang dikembangkan oleh Osgood. Skala ini hampir sama dengan skala likert namun bentuknya tidak berupa *checklist* tetapi tersusun dalam satu garis kontinum yang jawaban sangat positif terletak dibagian kanan garis dan jawaban sangat negatif terletak di bagian kiri garis, atau sebaliknya. Alternatif jawaban berdasarkan skala *semantic deferensial* dapat dilihat pada Tabel 3.3.

**Tabel 3.3**  
**Alternatif Jawaban Berdasarkan Skala *Semantic Differential***

<b>Alternatif Jawaban</b>								
Sangat Positif	7	6	5	4	3	2	1	Sangat Negatif
Sangat Negatif	1	2	3	4	5	6	7	Sangat Positif

Menurut Sugiyono (2005:15),

Data kuantitatif dibagi menjadi dua, yaitu data nominal dan data kontinum. Data nominal adalah data yang hanya dapat digolong-golongkan secara terpisah, secara diskrit atau kategori. Sedangkan data kontinum adalah data yang bervariasi menurut tingkatan yang diperoleh dari hasil pengukuran. Data kontinum dibagi menjadi data ordinal, interval dan rasio. Data ordinal adalah data yang berbentuk rangking atau peringkat. Data interval adalah data yang jaraknya sama tetapi tidak memiliki nilai nol (0) absolut/mutlak. Data rasio adalah data yang jaraknya sama, dan mempunyai nilai nol mutlak.

Data yang diperoleh dari angket akan berupa data nominal dan data kontinum. Data nominal akan diperoleh dari angket bagian karakteristik dan pengalaman responden. Sedangkan data kontinum akan berbentuk data ordinal, dan interval. Data ordinal akan diperoleh dari penilaian responden terhadap kereta api bila dibandingkan dengan transportasi lain dan data interval akan diperoleh dari tanggapan responden terhadap program retensi pelanggan kereta api dan loyalitas.

### **3.4.3 Teknik Penarikan Sampel**

#### **1. Populasi**

Dalam pengumpulan dan menganalisa suatu data, langkah yang sangat penting adalah menentukan populasi terlebih dahulu. Menurut Sugiyono (2005:72), “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.” Dengan demikian populasi dalam penelitian ini adalah semua penumpang kereta api yang sering menggunakan kereta api Argo Gede Jurusan Bandung-Jakarta.

Berdasarkan hasil observasi ke lapangan pada tanggal 10-16 Januari 2007, Kereta Api Argo Gede beroperasi pada pukul 06:30, 07:35, 09:15, 10:25, 12:00, 14:35, 16:20 dan 18:15 dengan jumlah keseluruhan penumpang Kereta Api Argo Gede yang sedang berada di Stasiun Kereta Api Bandung sebanyak 9692 orang. Berdasarkan keterangan tersebut, maka rata-rata jumlah penumpang Kereta Api Argo Gede Jurusan Bandung-Jakarta selama satu minggu adalah sebanyak 1385 orang. Rincian jumlah penumpang kereta api Argo Gede Jurusan Bandung-Jakarta dapat dilihat pada Tabel 3.4.

**Tabel 3.4**  
**Jumlah Penumpang Kereta Api Argo Gede Jurusan Bandung-Jakarta**

Jam Berangkat	Tanggal							Jumlah
	10	11	12	13	14	15	16	
06:30	171	171	141	131	223	222	220	1279
07:35	165	126	132	134	222	221	222	1222
09:15	160	107	133	133	220	222	220	1195
10:25	152	124	133	134	227	221	220	1211
12:00	147	108	136	137	220	220	220	1188
14:35	156	110	141	139	224	220	220	1210
16:20	134	109	135	134	227	220	221	1180
18:15	164	112	136	132	223	220	220	1207
<b>Total</b>	<b>1249</b>	<b>967</b>	<b>1087</b>	<b>1074</b>	<b>1786</b>	<b>1766</b>	<b>1763</b>	<b>9692</b>

Sumber: Stasiun Kereta Api Bandung

## 2. Sampel

Bila populasi besar, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik

yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2005:73). Apa yang dipelajari dari sampel tersebut, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Husain Umar (2000:59), mengemukakan bahwa untuk menghitung besarnya ukuran sampel dapat dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin.

Adapun rumus yang dikemukakan oleh Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir.

Berdasarkan rumus tersebut, maka perhitungan sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{1385}{1 + 1385(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1385}{14,85}$$

$$n = 93,266 \approx 93$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah sebanyak 93 orang. Menurut Winarno Surakhmad (1998:100) bahwa “untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik.” Kemudian agar sampel yang digunakan representatif, maka sampel yang digunakan di dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden.

### **3. Teknik Penarikan Sampel**

Teknik sampling penelitian ini menggunakan metode sampling aksidental. Metode sampling aksidental merupakan suatu prosedur penarikan sampel yang

bersifat subyektif, dalam hal ini probabilitas pemilihan elemen-elemen populasi tidak dapat ditentukan (Asep Hermawan, 2006:148). Menurut Sugiyono (2005:77), “sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.” Penelitian ini mengambil sampel pada penumpang kereta api yang sering menggunakan kereta api Argo Gede Jurusan Bandung-Jakarta dan sedang berada di ruang tunggu Stasiun Kereta Api Bandung.

### 3.5 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### 3.5.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang, memiliki validitas rendah.

Rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus Korelasi *Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X \times \sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)} \cdot \sqrt{(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2002:146})$$

Dimana:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skor total
- $\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$  = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$  = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ .

Pengujian Validitas dalam penelitian ini menggunakan aplikasi *software* SPSS 13.0 untuk menguji variabel yang dilakukan dalam penelitian ini. Adapun langkah-langkah dalam pengoperasian SPSS 13.0 untuk validitas adalah sebagai berikut:

1. Masukkan data nilai X, dan Y yang sesuai dengan rumus.
2. Aktifkan menu **Analyze**.
3. Pilih **Correlate**.
4. Klik **Bivariate** sehingga akan tampil kotak dialog **Bivariate Correlations**.
5. Pilih variabel-variabel yang diinginkan dan masukkan ke dalam kotak-kotak pilihan yang ada lalu klik **OK**.

Variabel yang diuji, yaitu pelaksanaan program retensi pelanggan dengan indikator *customer defection*, *customer migration*, dan *customer bonding*. Sedangkan variabel terakhir yang diuji validitas dan reliabilitasnya adalah loyalitas pelanggan dengan indikator pembelian ulang, pembelian antar lini produk atau jasa, referensi kepada orang lain dan kekebalan terhadap tarikan pesaing. Adapun hasil penghitungannya adalah sebagai berikut:



1. Hasil Pengujian Validitas *Customer Defection*

**Tabel 3.5**  
**Validitas *Customer Defection***

No.	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1.	Kecepatan pelayanan dalam pembelian tiket	0,664	0,374	Valid
2.	Petugas loket pembelian tiket (karcis)	0,549	0,374	Valid
3.	Petugas dalam gerbong	0,747	0,374	Valid
4.	Petugas pemeriksa tiket	0,749	0,374	Valid
5.	Petugas <i>customer service</i>	0,786	0,374	Valid
6.	Petugas loket pembelian tiket (karcis)	0,792	0,374	Valid
7.	Petugas dalam gerbong	0,817	0,374	Valid
8.	Petugas pemeriksa tiket (karcis)	0,843	0,374	Valid
9.	Petugas <i>customer service</i>	0,884	0,374	Valid
10.	Kesesuaian harga dengan kenyamanan dalam gerbong dan stasiun kereta api	0,771	0,374	Valid
11.	Kesesuaian harga dengan keamanan dalam gerbong dan stasiun kereta api	0,782	0,374	Valid
12.	Kesesuaian harga dengan ketepatan jadwal berangkat dan tiba	0,729	0,374	Valid
13.	Kesesuaian harga dengan jaminan keselamatan	0,851	0,374	Valid
14.	Kejelasan informasi denah stasiun kereta api	0,750	0,374	Valid
15.	Informasi jadwal berangkat dan tiba yang disampaikan oleh pegawai kereta api	0,347	0,374	Tidak Valid
16.	Informasi trayek kereta api yang disampaikan oleh pegawai kereta api	0,519	0,374	Valid
17.	Ruang tunggu stasiun kereta api	0,577	0,374	Valid
18.	Toilet stasiun kereta api	0,277	0,374	Tidak Valid
19.	Toilet dalam gerbong kereta api	0,358	0,374	Tidak Valid
20.	Keadaan gerbong kereta api	0,444	0,374	Valid
21.	Ketepatan jadwal berangkat kereta api	0,628	0,374	Valid
22.	Ketepatan jadwal tiba kereta api	0,486	0,374	Valid

2. Hasil Pengujian Validitas *Customer Migration*

**Tabel 3.6**  
**Validitas *Customer Migration***

No.	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1.	Pemesanan tiket atau <i>ticketing on-line system</i>	0,449	0,374	Valid
2.	Kemudahan dalam pembelian tiket	0,595	0,374	Valid
3.	Restorasi dalam gerbong kereta api	0,926	0,374	Valid
4.	Fasilitas ruang tunggu	0,896	0,374	Valid
5.	Fasilitas ruang antar jemput	0,878	0,374	Valid
6.	Tempat (loket) pembelian tiket (karcis)	0,839	0,374	Valid
7.	Tempat duduk di ruang tunggu	0,886	0,374	Valid
8.	Tempat duduk dalam gerbong kereta api	0,852	0,374	Valid
9.	Kemudahan melakukan parkir di halaman stasiun	0,778	0,374	Valid
10.	Kemudahan untuk akses ke stasiun kereta api	0,612	0,374	Valid
11.	Pemeliharaan fasilitas dan gedung stasiun kereta api	0,362	0,374	Tidak Valid

3. Hasil Pengujian Validitas *Customer Bonding*

**Tabel 3.7**  
**Validitas *Customer Bonding***

<b>No.</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b><math>r_{hitung}</math></b>	<b><math>r_{tabel}</math></b>	<b>Keterangan</b>
1.	Pemunculan informasi jadwal keberangkatan kereta api pada media cetak (koran, majalah, tabloid)	0,695	0,374	Valid
2.	Pemunculan informasi harga tiket (karcis) pada media cetak (koran, majalah, tabloid)	0,298	0,374	Tidak Valid
3.	Pemunculan informasi/petunjuk jalan letak lokasi stasiun kereta api terdekat	0,431	0,374	Valid
4.	Besarnya pemberian diskon tarif kereta api	0,716	0,374	Valid
5.	Pemberian diskon tarif kereta api	0,688	0,374	Valid
6.	Keikutsertaan Anda dalam promo bonus perjalanan gratis bila telah mengumpulkan sejumlah tiket atau kupon	0,244	0,374	Tidak Valid
7.	Pemasangan spanduk dan billboard yang berisi pesan peringatan keselamatan dan keamanan di jalan raya yang disponsori oleh PT. KA	0,419	0,374	Valid
8.	Jumlah pemasangan fasilitas palang pengamananan pada jalan raya yang dilalui kereta api dengan benar	0,485	0,374	Valid
9.	Jumlah pemasangan peringatan keselamatan pada daerah sekitar stasiun dan gerbong kereta api	0,672	0,374	Valid
10.	Jumlah petugas yang mengenali Anda	0,313	0,374	Tidak Valid
11.	Jumlah petugas yang dikenal oleh Anda	0,066	0,374	Tidak Valid
12.	Frekuensi pemberitahuan promosi yang akan atau sedang diadakan PT. KA	0,094	0,374	Tidak Valid
13.	Anda tahu akan keberadaan forum Fans Berat Kereta Api (FBKA)	0,147	0,374	Tidak Valid
14.	Keikutsertaan Anda dalam forum Fans Berat Kereta Api (FBKA)	0,019	0,374	Tidak Valid
15.	Frekuensi PT. KA menganjurkan/membujuk Anda untuk mengajak serta orang lain menggunakan kereta api	0,228	0,374	Tidak Valid
16.	Respon PT. KA terhadap saran dan kritik yang Anda berikan	0,802	0,374	Valid
17.	Kepercayaan Anda kepada keselamatan dan fasilitas produk-produk PT. KA adalah yang terbaik	0,510	0,374	Valid

## 4. Hasil Pengujian Validitas Loyalitas Penumpang Kereta Api

**Tabel 3.8**  
**Validitas Loyalitas Penumpang Kereta Api**

No.	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1.	Penggunaan kereta api dalam waktu tiga bulan	0,563	0,374	Valid
2.	Penggunaan kereta api dalam waktu satu tahun	0,564	0,374	Valid
3.	Penggunaan kereta api kelas eksekutif untuk trayek yang lain	0,525	0,374	Valid
4.	Penggunaan kereta api selain kelas eksekutif (bisnis, ekonomi, listrik, KRD)	0,424	0,374	Valid
5.	Perekomendasiannya kepada orang lain untuk menggunakan kereta api	0,803	0,374	Valid
6.	Frekuensi Anda menceritakan pengalaman menggunakan kereta api	0,764	0,374	Valid
7.	Anda akan menolak tawaran pemotongan harga dari transportasi lain (pesawat udara, bus, travel)	0,612	0,374	Valid
8.	Kereta api merupakan pilihan transportasi utama Anda dalam melakukan perjalanan	0,407	0,374	Valid

Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 kasus dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df)  $N-2$  ( $30-2 = 28$ ), maka didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,374. Dari Tabel 3.5 dapat diketahui bahwa pernyataan-pernyataan yang diajukan pada responden terdapat pernyataan yang dinyatakan tidak valid karena  $r_{hitung} < r_{tabel}$ . Validitas *customer defection* terdapat tiga pernyataan yang dianggap tidak valid, yaitu pernyataan nomor 15, 19 dan 20 dengan masing-masing nilai  $r_{hitung}$  sebesar 0,347; 0,277 dan 0,358.

Validitas *customer migration* pada Tabel 3.6 terdapat item pertanyaan yang dianggap tidak valid yaitu pernyataan nomor 11 dengan nilai  $r_{hitung}$  sebesar 0,362. Pada Tabel 3.7, validitas *customer bonding* terdapat 8 pernyataan yang dianggap tidak valid, yaitu pertanyaan nomor 2, 5, 10, 11, 12, 13, 14 dan 15 yang masing-masing nilai  $r_{hitung}$  sebesar 0,298; 0,244; 0,313; 0,066; 0,094; 0,147; 0,019 dan 0,228.

Berdasarkan Tabel 3.8, validitas loyalitas penumpang Kereta Api Argo Gede Jurusan Bandung-Jakarta semuanya dianggap valid karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Setiap pertanyaan yang dinyatakan tidak valid, tidak akan dimunculkan kembali pada penyebaran angket selanjutnya dan item-item pertanyaan yang dinyatakan valid dapat dijadikan sebagai alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur.

### 3.5.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2002:145).

Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah teknik *split half* dari Spearman Brown, yaitu:

$$r_i = \frac{2 \times r_b}{(1 + r_b)} \quad (\text{Sugiyono, 2005:122})$$

Keterangan:

$r_i$  = Reliabilitas instrumen

$r_b$  = Korelasi *Product Moment* antara belahan pertama dan kedua

Penelitian dengan menggunakan pengujian Spearman Brown, mengharuskan butir-butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok, yaitu instrumen ganjil dan instrumen genap. Kemudian skor data tiap kelompok disusun sendiri dan kemudian skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari korelasinya (Suharsimi Arikunto, 2002:156). Keputusan uji reliabilitas instrumen berdasarkan ketentuan pada Tabel 3.9.

**Tabel 3.9**  
**Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Reliabilitas**

<b>Interval Reliabilitas</b>	<b>Makna</b>
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Suharsimi Arikunto (2002:165)

Penghitungan jumlah skor butir antara pertanyaan genap dan pertanyaan ganjil untuk program retensi pelanggan yang meliputi *customer defection*, *customer migration* dan *customer bonding* diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,941 sedangkan untuk loyalitas penumpang Kereta Api Argo Gede Jurusan Bandung-Jakarta diperoleh koefien korelasi sebesar 0,858 (penghitungan terlampir). Koefisien-koefisien korelasi tersebut selanjutnya dimasukkan ke dalam rumus Spearman Brown.

$$r_{\text{program retensi pelanggan}} = \frac{2 \times r_b}{(1 + r_b)} = \frac{2(0,941)}{1 + 0,941} = 0,970$$

$$r_{\text{loyalitas pelanggan}} = \frac{2 \times r_b}{(1 + r_b)} = \frac{2(0,858)}{1 + 0,858} = 0,924$$

Berdasarkan penghitungan di atas maka didapat nilai reliabilitas program retensi pelanggan dan loyalitas penumpang Kereta Api Argo Gede Jurusan Bandung-Jakarta masing-masing sebesar 0,970 dan 0,924. Dengan demikian semua variabel memiliki reliabilitas yang masing-masing sangat kuat dan kuat yang artinya pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kapanpun dan dimanapun ditanyakan terhadap responden akan memberikan hasil ukur yang sama.

### **3.6 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis**

Pada penelitian ini, digunakan dua jenis analisis (1) analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan (2) analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis kuantitatif menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif.

#### **3.6.1 Analisis Data**

Pengolahan data yang terkumpul dari hasil penyebaran angket dikelompokkan ke dalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian. Persiapan adalah mengumpulkan dan memeriksa kebenaran cara pengisian, melakukan tabulasi hasil angket dan memberikan nilai sesuai dengan sistem penilaian yang telah ditetapkan. Data hasil tabulasi diterapkan pada pendekatan penelitian yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian.

Berdasarkan desain penelitian, maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi. Menurut Sugiyono (2003:203) “analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional (Sugiyono, 2005:203).” Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksikan melalui variabel independen secara individual. Oleh karena penelitian ini hanya memiliki satu

variabel bebas, maka analisis regresi yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. “Regresi sederhana adalah analisis regresi dengan menggunakan hanya satu variabel bebas (Triton P.B, 2006:118)”. Adapun langkah-langkah penghitungan analisis regresi linear sederhana menurut Sugiyono (2005:208) adalah sebagai berikut:

1. Menghitung Harga a dan b

Pasangan data yang diperlukan untuk menghitung a dan b sebaiknya disiapkan seperti dalam tabel. Tampak adanya pasangan data dan harga-harga yang diperlukan untuk menghitung nilai a dan b. Kolom X berisi  $X_1, X_2, \dots, X_n$  dan kolom Y berisi  $Y_1, Y_2, \dots, Y_n$ . Harga-harga X dan Y oleh keadaan tertentu terikat dalam bentuk pasangan yakni  $X_1$  dengan  $Y_1$ ,  $X_2$  dengan  $Y_2$ , dan seterusnya hingga terakhir  $X_n$  dengan  $Y_n$ . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.10.

**Tabel 3.10**  
**Pasangan Data dan Harga-Harga**  
**yang Diperlukan untuk Menghitung a dan b**

<b>Responden</b>	<b>X</b>	<b>Y</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>XY</b>	<b>Y<sup>2</sup></b>
1					
2					
.					
.					
.					
n					
<b>Jumlah</b>	<b>ΣX</b>	<b>ΣY</b>	<b>ΣX<sup>2</sup></b>	<b>ΣXY</b>	<b>ΣY<sup>2</sup></b>

Sumber: Sugiyono (2005:207)

Untuk menghitung nilai a dan b maka digunakan metode kuadrat terkecil dengan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \quad (\text{Sugiyono, 2005:206})$$

## 2. Menyusun Persamaan Regresi

Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Regresi Linier Sederhana*. Persamaan regresi linear sederhana dapat disusun apabila harga a dan b telah ditemukan. Persamaan regresi linear sederhana yang telah ditemukan dapat digunakan untuk melakukan prediksi (ramalan) bagaimana individu dalam variabel dependen akan terjadi bila individu dalam variabel independen ditetapkan. Adapun persamaan Regresi Linier Sederhana yang digunakan adalah:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Dimana:

$\hat{Y}$  = Subjek variabel dependen yang diprediksikan  
(variabel loyalitas pelanggan)

X = Subjek pada variabel independent yang mempunyai nilai tertentu  
(variabel *customer retention*)

a = Harga Y, jika X = 0

b = Angka arah koefisien regrasi

(Sugiyono, 2005:204)

## 3. Membuat Garis Regresi

Garis regresi dapat digambarkan berdasarkan persamaan yang telah ditemukan.

## 4. Menghitung Korelasi

Antara korelasi dan regresi keduanya memiliki hubungan yang sangat erat.

Setiap regresi pasti ada korelasinya, tetapi setiap korelasi belum tentu dilanjutkan dengan regresi. Korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi,



adalah korelasi antara dua variabel yang tidak mempunyai hubungan kausal/sebab akibat, atau hubungan fungsional. Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan) X pada umumnya diikuti oleh kenaikan (penurunan) Y. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi ( $r$ ). Nilai koefisien korelasi paling sedikit  $-1$  dan paling besar  $1$  ( $-1 \leq r \leq 1$ ), artinya jika:

$r = 1$ , hubungan X dan Y sempurna dan positif

(mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif)

$r = -1$ , hubungan X dan Y sempurna dan negatif

(mendekati  $-1$ , hubungan sangat kuat dan negatif)

$r = 0$ , hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan

Penentuan koefisien korelasi ( $r$ ) dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *Pearson* (*Pearson's product Moment Coefficient of Correlation*), yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}} \quad (\text{Sugiyono, 2005:182})$$

Keterangan:

$n$  = Banyaknya sampel yang diteliti

$X$  = Nilai Variabel X yaitu program retensi pelanggan

$Y$  = Nilai Variabel Y yaitu loyalitas penumpang Kereta Api Argo Gede Jurusan Bandung-Jakarta

Untuk mengetahui tingkat hubungan dari kedua variabel tersebut maka dapat dilihat pada tabel 3.11.

**Tabel 3.11**  
**Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Koefisien Korelasi</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2005:183)

#### 5. Menentukan Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam penggunaan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tak bebas, dengan asumsi  $0 \leq r^2 \leq 1$

Koefisien determinasi =  $r^2 \times 100\%$  (Sugiyono, 2005:189)

Penghitungan analisis regresi linear sederhana dapat dilakukan dengan bantuan program aplikasi *software* SPSS 13.0. Adapun langkah-langkah menghitung analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan *software* SPSS 13.0 adalah sebagai berikut:

1. Masukkan data nilai X, dan Y yang sesuai dengan rumus.
2. Aktifkan menu **Analyze**.
3. Pilih **Regression**.
4. Klik **Linear** sehingga akan tampil kotak dialog **Linear Regression**.
5. Pilih variabel-variabel yang diinginkan dan masukkan ke dalam kotak-kotak pilihan yang ada.
6. Klik **Plots** sehingga tampil kotak dialog **Linear Regression: Plots**.

7. Klik **SDRESID**, masukkan ke pilihan **Y**. selanjutnya klik **ZPRED**, masukkan ke pilihan **X** lalu Klik **Next** untuk melanjutkan ke pilihan kedua.
8. Masukkan **ZPRED** ke pilihan **Y**, lalu Masukkan **DEPENDENT** ke pilihan **X**, kemudian klik **Next**.
9. Klik kotak di depan **Normal Probability Plots** pada pilihan **Standardized residual plot**.
10. Klik **Continue** lalu **OK**.

### 3.6.2 Rancangan Uji Hipotesis

Untuk pengujian Hipotesis dalam penelitian ini maka dilakukan Uji Signifikansi Koefisien Korelasi dengan menggunakan rumus distribusi student ( $t_{\text{student}}$ ). Formula dari *Distribusi Student* adalah:

$$t = r_s \sqrt{\frac{N-2}{1-r_s^2}} \quad (\text{Sugiyono, 2005:184})$$

Keterangan:

$t$  = *distribusi student*

$r$  = koefisien korelasi Product Moment

$n$  = banyaknya data

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

- a.  $H_0 : \alpha \leq 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh signifikan dan positif antara pelaksanaan program retensi pelanggan dengan loyalitas penumpang Kereta Api Argo Gede Jurusan Bandung-Jakarta.

- b.  $H_a : \alpha > 0$ , artinya terdapat pengaruh signifikan dan positif antara pelaksanaan program retensi pelanggan dengan loyalitas penumpang Kereta Api Argo Gede Jurusan Bandung-Jakarta.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis dilakukan pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan  $dk (n-2)$  serta pada uji dua pihak.

