

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Riset ini termasuk jenis riset deskriptif dan asosiatif. Jenis riset asosiatif ialah jenis riset yang memiliki sifat mencari pengaruh atau korelasi antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019). Berdasarkan fenomena yang terjadi yaitu penurunan, Paradigma penelitian ini dapat mengadopsi pendekatan kuantitatif, yang mengarah pada pengumpulan dan analisis data berbasis angka untuk mengukur hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Dimana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X_1), dan kepuasan pelanggan (X_2) terhadap Loyalitas Merek (Y). Dalam konteks ini, peneliti menggunakan data penurunan keuntungan dan juga pra survei sebagai fenomena, berikutnya menggunakan survei kuesioner untuk mengumpulkan data dari pelanggan MobilKu (WOM Finance) Wilayah Tangerang yang ada di Cabang Ciledug tentang persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan tingkat loyalitas terhadap merek MobilKu, analisis statistik regresi linier dapat digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi ialah daerah yang secara menyeluruh serta berisikan dari objek maupun subjek yang memiliki kualitas ciri khas yang berbeda yang ditentukan oleh peneliti sendiri dalam upaya dipelajari serta diambil kesimpulannya. (Sugiyono, 2019) Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna layanan pinjaman dari Mobilku wilayah Tangerang, dengan karakteristik yaitu pengguna layanan pinjaman dari Mobilku wilayah Tangerang yang pernah melakukan transaksi dengan kriteria Kriteria dalam pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu untuk pengguna layanan MobilKu berusia 21-65 tahun, memiliki pekerjaan baik

karyawan maupun wiraswasta, dan pengguna layanan MobilKu yang sudah melakukan transaksi *repeat order*

3.2.2 Sampel

Menurut Handayani (2020), teknik pengambilan sampel atau biasa disebut dengan sampling adalah proses menyeleksi sejumlah elemen dari populasi yang diteliti untuk dijadikan sampel, dan memahami berbagai sifat atau karakter dari subjek yang dijadikan sampel, yang nantinya dapat dilakukan generalisasi dari elemen populasi.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah secara non probabilitas yaitu *convenience sampling*. Menurut Sugiyono (2019), *convenience sampling* merupakan metode penentuan sampel dengan memilih sampel secara bebas sekehendak peneliti. Sehingga perhitungan jumlah minimum sampel pada penelitian ini sebagai berikut: Karena populasi tidak di ketahu dengan pasti, maka menggunakan rumus Hair, *et al*, (2019) jumlah sampel yang *representative* yaitu tergantung pada indikator dikalikan 5 sampai 10, jumlah indikator dalam penelitian ini sebesar 24, jadi $24 \times 5 = 120$ responden.

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel maksimal dalam penelitian ini adalah 120 responden pengguna layanan pinjaman dari MobilKu yang sudah melakukan transaksi *repeat order* di wilayah Tangerang.

3.3 Metode Pengumpulan data

Untuk penghimpunan data mampu dilaksanakan bersama sejumlah teknik yaitu dengan menggunakan teknik *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), serta perpaduannya (Sugiyono, 2019). Pada studi ini memakai data yakni:

3.3.2 Data Primer

Menurut Sugiyono (2023) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini menggunakan Kuesioner dengan memberikan list pertanyaan pada

responden dengan *google form*. Pada penelitian ini penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan *google form* dan responden akan menjawab yang akan menjadi responden yaitu pengguna layanan pinjaman dari Mobilku wilayah Tangerang.

3.4.3 Data Sekunder

Dokumen yakni sejumlah fakta data yang tersimpan seperti profil perusahaan dan data pendukung yang ada pada Mobilku cabang Ciledug. Alat ataupun instrumen studi yang dipakai guna mengukur nilai variabel yang dikaji. Maka total instrumen hendak dipakai guna studi hendak bergantung terhadap total variabel yang hendak dikaji, (Sugiyono, 2019). Data sekunder berupa data penjualan dan juga data loyalitas pelanggan Mobilku pada cabang Ciledug. Skala *likert* dipakai dalam pengukuran argumen, karakteristik, serta pandangan individu ataupun golongan yang berhubungan peristiwa sosial. Pada studi peristiwa sosial ini sudah ditentukan secara spesifik oleh peneliti yang lalu dinamai selaku variabel studi, (Sugiyono, 2019).

Tabel 3.1. Skala likert

Skala likert	Kode	Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: (Sugiyono, 2019)

3.4 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

3.4.1 Variabel Independen

a. Kualitas Pelayanan (X1)

Menurut Tjiptono (2019) Pelayanan pada dasarnya dapat di definisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung,

maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya manusia berusaha, baik melalui aktivitas sendiri, maupun secara tidak langsung melalui aktivitas orang lain.

a. Kepuasan Pelanggan (X2)

Menurut Kotler (2019) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

2.4.2 Variabel Dependen

a. Loyalitas Merek (Y)

Definisi loyalitas merek menurut Tjiptono (2019) adalah komitmen konsumen untuk membeli secara konsisten produk atau jasa dari merek tertentu, terlepas dari upaya pemasaran atau persaingan yang mungkin terjadi.

Tabel 3.2 Variabel Penelitian

Kualitas Pelayanan (X1)	
Tjiptono (2019)	
Indikator	Skala
1. Prosedur/tatacara pelayanan 2. Persyaratan pelayanan, baik persyaratan teknis maupun administrasi 3. Rincian biaya/tarif pelayanan dan tatacara pembayarannya 4. Jadwal waktu penyelesaian pelayanan 5. Memberikan rasa aman dan nyaman dalam pelayanan 6. Melayani dengan waktu yang cepat 7. Melayani dengan prosedur yang mudah di jalankan	Interval

Kepuasan Pelanggan (X2)	
Monks (2019)	
Indikator	Skala
1. Kepuasan dengan kualitas produk atau layanan yang diberikan 2. Responsivitas pelayanan 3. Keprofesionalan pelayanan 4. Kemudahan berinteraksi 5. Persepsi harga yang wajar 6. Persepsi nilai 7. Kepuasan dengan komunikasi 8. Informasi yang diberikan oleh perusahaan, keterbukaan dan kejujuran dalam komunikasi. 9. Kenyamanan 10. Kemudahan penggunaan 11. Estetika 12. Kemudahan dalam menyelesaikan masalah atau keluhan pelanggan, kepuasan dengan tanggapan terhadap masalah yang dihadapi	Interval
Loyalitas Merek (Y)	
Hardiyansyah (2022)	
Indikator	Skala
1. Rata-rata pembelian ulang (membeli ulang produk atau jasa dengan banyak 2. Membeli jasa atau produk tambahan. 3. Membeli produk dengan pelayan yang sama 4. Memberi rekomendasi atau mempromosikan produk kepada orang lain 5. Mendemonstrasikan keunggulan produk atau Mengetahui jasa layanan atau produk yang lain	Interval

Sumber: Ditulis Oleh Peneliti, 2024

3.5 Metode Pengolahan Data

Data di studi ini memakai program saat menguji dampak antar variabel, data di olah secara regresi linear berganda, Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2019). memakai program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) 27.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Teknik analisis data di studi kuantitatif memakai statistik. Ada 2 jenis statistik yang di gunakan dalam analisis data studi yakni statistik deskriptif serta inferensial. Statistik deskriptif ialah statistik yang dipakai guna mengolah data bersama cara menggambarkan data yang terhimpun tiada bertujuan menciptakan konklusi yang berlaku umum ataupun generalisasi, (Sugiyono, 2019). Sedangkan statistik inferensial atau disebut juga statistik induktif yakni teknik statistik dimana dimanfaatkan guna melakukan penganalisisan terhadap data sampel serta hasil yang didapat diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2019). Adapun kriteria pengujian di tabel 3.3.

Tabel 3.3 Kriteria Analisis Deskriptif

Rentang Kategori Skor	Penafsiran	Singkatan
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju	STS
1,81– 2,60	Tidak Setuju	TS
2,61 – 3,40	Netral	N
3,41 – 4,20	Setuju	S
4,21 – 5,00	Sangat Setuju	SS

Sumber: Sugiyono (2023)

3.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Data-data yang terhimpun dari kuesioner harus diuji dan dianalisis memakai pengujian Reliabilitas dan pengujian Validitas (Wibowo, 2019). Adapun kualitas data yang dijelaskan satu persatu dibawah ini:

a. Uji Validitas

Uji validitas dianggap valid seandainya instrumen menimbang segala yang harus ditakar dan apakah instrumen pengukuran valid tergantung pada alat untuk mencapai target pengukuran (Sugiyono, 2023). Para peneliti memanfaatkan metode korelasi *product moment pearson* buat mengukur kebenaran instrumen serta koefisien korelasinya

Kriteria pengujian dalam validitas ini (Sugiyono, 2023). Adalah:

- a) $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga ditanggap valid
- b) $r_{hitung} < r_{tabel}$, sehingga dianggap tak valid

b. Uji Reliabilitas

Pengujian Reliabilitas ialah uji yang dipakai dengan menunjukkan sejauh mana pencapaian ukuran relatif konstan jika mengukur di studi diulangi 2 kali ataupun lebih. Di studi ini guna melihat Reliabilitas *instrument* memakai teknik dari *Alpha Cronbach*. Syarat diterima ataupun tidaknya sebuah data *reliable* ataupun *moment*, ataupun angka *r* tabel. Mampu diketahui memakai nilai batasan penentu, contohnya 0,06, (Wibowo, 2019). Sedangkan menurut Sugiyono (2023) pada uji Reliabilitas diterima apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ sedangkan apabila *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka data tersebut tidak reliabel. Berikut data kriteria reabilitas:

Tabel 3.4 Kriteria Reliabilitas

No	Nilai Interval	Kriteria
1	$<0,20$	Amat Rendah
2	$0,20 - 0,399$	Rendah

3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 – 1,00	Amat Tinggi

Sumber: (Wibowo, 2019)

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut Sugiyono (2023) pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. uji asumsi klasik meliputi Uji Normalitas, Uji Mutikolenialitas dan Uji Heterokedestisitas.

a. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2023) Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian kita berasal dari populasi yang sebarannya normal. Dengan pengambilan keputusan apabila signifikan pada tabel *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* > 0,50 artinya data distribusi normal dan apabila signifikan < 0,50 artinya data berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Wina & Siagian (2020) untuk mengetes ada atau tidaknya terjadi masalah multikolinearitas dengan dasar pengambilan keputusan:

1. Nilai $VIF < 10.0$ artinya tidak adanya terjadi gejala multikolinearitas
2. Nilai > 10.0 terjadi gejala multikolinearitas

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sugiyono (2023) berpendapat pengujian heterokedastisitas mempunyai sasaran untuk menilai apakah pada model regresi mengalami ketidaksamaan varian dari residual satu observasi ke observasi lainnya.

dengan pengambilan keputusan. Uji heterokedastisitas penelitian ini menggunakan glejser dengan pengambilan keputusan:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tidak terjadi heteroskedastisitas
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak terjadi heteroskedastisitas

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2023) berpendapat, analisis ini bisa diterapkan untuk menganalisis hubungan variabel terikat dan variabel bebas yang bisa menjadi persamaan regresi linier berganda.

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

Keterangan:

Y = Loyalitas Merek

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Kepuasan Pelanggan

e = Standar Error

3.6.5 Uji Hipotesis

Uji ini harus dijalankan agar bias menguji kebenaran yang adakalanya mempunyai ketidakpastian dalam pernyataan (Sanusi,2019). Uji ini bias disetarakan dengan pengujian signifikansi dari koefisien regresi linear berganda secara bersamaan yang selaras dengan hipotesis penelitian. Oleh karenanya, peneliti menerapkan dua metode dalam pengujian hipotesisnya.

a. Uji F Simultan

Uji F digunakan untuk melihat apakah model secara keseluruhan layak atau tidak dan juga untuk melihat pengaruh simultan (bersama-sama antara variabel Independen terhadap dependen) (Sugiyono, 2023). Tabel F perlu dibangkitkan menggunakan alpha dan df, dimana

besaran tabel ditentukan oleh pembilang (k-1) dan penyebutnya df (n-k). Peneliti menentukan taraf signifikan sebesar 5% (0,05), lalu Peneliti akan membandingkan tingkat signifikan ($\alpha = 0,05$) dengan tingkat signifikan F yang diketahui secara langsung, dengan kriteria sebagai berikut:

1. H_0 ditolak dan H_a diterima jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ serta nilai signifikansi $< 0,05$.
Kerjasama tim (X1) Komunikasi (X2) dan Disiplin (X3) Secara Bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan .
2. H_0 diterima dan H_a ditolak jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ serta nilai signifikansi $> 0,05$.
Kerjasama tim (X1) Komunikasi (X2) dan Disiplin (X3) Secara Bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan .

b. Uji T (Uji Parsial)

Pemeriksaan ini dilaksanakan kepada koefisien regresi (uji parsial) dalam upaya meneliti apakah variabel dependen berpengaruh terhadap variabel independen. Aturan pada percobaan ini menurut (Sanusi, 2019) yakni:

1. H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t^{hitung} \leq t^{tabel}$
2. H_0 ditolak dan H_a diterima jika $t^{hitung} > t^{tabel}$

c. Uji Hipotesis Twotiled

Uji t dua ekor (two-tailed t-test) adalah metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah ada perbedaan yang signifikan antara rata-rata dua kelompok sampel. Uji ini disebut "dua ekor" karena menguji kemungkinan perbedaan di kedua arah, yaitu apakah rata-rata satu kelompok lebih besar atau lebih kecil dari rata-rata kelompok lainnya.

Berikut adalah langkah-langkah umum untuk melakukan uji t dua ekor:

1. Formulasi Hipotesis:

Hipotesis nol (H_0): Tidak ada perbedaan signifikan antara rata-rata dua kelompok (misalnya, $\mu_1 = \mu_2$).

Hipotesis alternatif (H_1): Ada perbedaan signifikan antara rata-rata dua kelompok (misalnya, $\mu_1 \neq \mu_2$).

2. Mengumpulkan Data:

Kumpulkan data sampel dari kedua kelompok yang akan dibandingkan.

3. Menghitung Statistik Uji:

Hitung rata-rata dan simpangan baku dari kedua kelompok sampel.

Gunakan rumus uji t untuk menghitung nilai t-statistik. Rumusnya bervariasi tergantung apakah variansi kedua kelompok dianggap sama (uji t independent dengan variansi sama) atau berbeda (uji t independent dengan variansi berbeda).

4. Menentukan Derajat Kebebasan (df):

Derajat kebebasan biasanya dihitung berdasarkan ukuran sampel dari kedua kelompok.

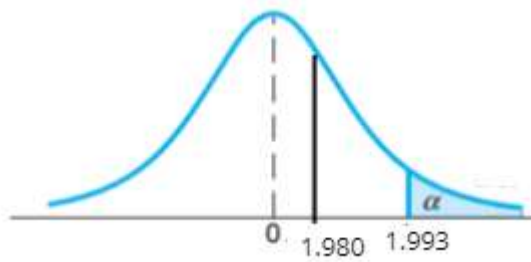
5. Menentukan Nilai Kritis:

Berdasarkan tingkat signifikansi (α , biasanya 0,05) dan derajat kebebasan, tentukan nilai kritis dari tabel distribusi t.

6. Keputusan:

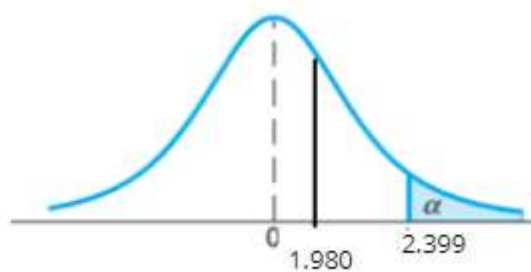
Bandungkan nilai t-statistik dengan nilai kritis.

- a) Jika nilai t-statistik berada di luar rentang nilai kritis (baik di sisi positif maupun negatif), maka hipotesis nol ditolak, yang berarti ada perbedaan signifikan antara rata-rata dua kelompok.
- b) Jika nilai t-statistik berada di dalam rentang nilai kritis, maka hipotesis nol tidak ditolak, yang berarti tidak ada perbedaan signifikan antara rata-rata dua kelompok.



Gambar 3.1 Uji Twotiled Variabel X1 Terhadap Y

Sumber : Hasil Pengolahan data, 2024



Gambar 3.2 Uji Twotiled Variabel X2 Terhadap Y

Sumber : Hasil Pengolahan data, 2024

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Wina & Siagian (2020) dipakai agar mengetahui Penjualan sumbangan pengaruh independen secara bersamaan kepada dependen. Koefisien determinasi (R^2) sangat dikenal sebagai koefisien determinasi yang menjadi kesatuan yang dengan koefisien r^2 . Lazimnya, R sendiri setara dengan r , namun keduanya mempunyai fungsi yang bermacam-macam. R^2 memberi penjelasan tentang proporsi variasi pada variabel terikat (Y) yang diterangkan oleh variabel bebas yang jumlahnya melebihi satu variabel secara serempak. Sementara r^2 memperkirakan kebaikan dari persamaan regresi yakni memberi persen variasi total pada variabel (Y) yang diterangkan oleh variabel (X). Kemudian, r termasuk koefisien korelasi yang menerangkan korelasi erat pada hubungan linier antara duavariabel di mana nilai yang dimunculkannya bisa negatif atau

positif. Sedangkan R termasuk koefisien korelasi majemuk yang ditujukan agar bisa mengukur korelasi antara variabel (Y) dan seluruh variabel bebasnya yang menerangkan secara serempak dan nilai yang dimunculkannya selalu positif (Sanusi, 2019).

Berikut tingkat hubungan Variabel Uji Koefisien Determinasi:

Tabel 3.5 Tingkat hubungan Variabel Uji Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
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 (2023)