

## BAB III

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian sangat menentukan suatu penelitian karena menyangkut cara yang benar dalam pengumpulan data, analisa data dan pengambilan keputusan hasil penelitian (Hadi, 2000). Pembahasan dalam metode penelitian meliputi (A) Identifikasi Variabel Penelitian, (B) Defenisi Operasional Penelitian, (C) Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel, (D) Metode Pengumpulan Data, Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur, serta (E) Metode Analisa Data.

#### A. Identifikasi Variabel Penelitian

1. Variabel terikat : Loyalitas Pelanggan
2. Variabel bebas : Kualitas Pelayanan

#### B. Defenisi Operasional Variabel Penelitian

##### 1. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas Pelanggan adalah persepsi pelanggan untuk menggunakan produk atau jasa. Loyalitas pelanggan ini diungkap dengan menggunakan skala yang disusun berdasarkan aspek dari loyalitas pelanggan yang dikemukakan oleh Schiffman dan Kanuk, (2004) yaitu, Kognitif (*cognitive*), Afektif (*affective*), Konatif (*conative*), Tindakan (*tindakan*).

## 2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan apa yang menjadi kebutuhan konsumen dalam pencapaian kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas. Kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan skala kualitas pelayanan berdasarkan aspek-aspek kualitas pelayanan oleh Zeithaml, Parasuraman dan Berry (dalam Ranminto dan Atik, 2005) yaitu Bukti fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*).

## 3. Mahasiswa

Mahasiswa adalah seseorang yang melanjutkan pendidikan, yang menggunakan jasa kereta api sebagai alat transportasi.

## C. Populasi dan Sampel Penelitian

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai populasi dan sampel penelitian

### 1. Populasi Penelitian

Menurut Arikunto (2003) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang akan dikenai generalisasi hasil penelitian. Populasi adalah seluruh penduduk yang dimaksudkan untuk diselidiki. Populasi dibatasi sebagai sejumlah penduduk atau individu yang paling sedikit mempunyai sifat yang sama (Hadi, 2000). Populasi ilmiah hampir selalu hanya

dilakukan terhadap sebagian saja dari hal-hal yang sebenarnya hendak diteliti (Suryabrata, 2000). Kesimpulan peneliti mengenai sampel dapat digeneralisasikan terhadap populasi. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang bertempat tinggal diluar kota medan dan melakukan perjalanan kuliah dengan bertransportasi kereta api Sribilah dari Rantau Prapat – Medan. Dan Mahasiswa tersebut berjumlah tidak terbatas.

## 2. Sampel penelitian

Menurut Arikunto (2003) sampel adalah wakil dari populasi yang diteliti. Demikian pula halnya yang dikemukakan Hadi (2004) bahwa sampel adalah sejumlah subjek yang merupakan bagian dari populasi yang mempunyai sifat yang sama dan sampel ini yang akan dikenai langsung dalam penelitian. Hasil penelitian terhadap sampel diharapkan dapat digeneralisasikan kepada seluruh populasi. Selanjutnya menurut Hadi (2004) syarat utama agar dapat dilakukan generalisasi adalah bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian harus dapat mencerminkan keadaan populasi.

Sampel dikatakan representatif dari populasi bila subjek yang terpilih mempunyai karakter yang mencerminkan semua karakter yang dimiliki oleh populasi (Arikunto, 2003). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan sample adalah teknik exidental. Dimana setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan subjek penelitian, dengan

jumlah sampel dalam penelitian ini 50 orang, sampel yang dimaksud adalah mahasiswa pengguna jasa kereta api.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode skala. Hadi (2004) mendefinisikan skala sebagai metode penelitian yang menggunakan daftar pernyataan yang harus dijawab atau daftar isian yang harus diisi oleh sejumlah subjek dan berdasarkan atas jawaban atau isian tersebut, peneliti mengambil kesimpulan mengenai subjek yang diselidiki.

Adapun anggapan-anggapan yang dipegang oleh peneliti dalam menggunakan metode ini adalah:

1. Bahwa subjek adalah orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri
2. Bahwa apa yang dinyatakan oleh subjek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya
3. Bahwa interpretasi subjek tentang pernyataan-pernyataan yang diajukan kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksud oleh peneliti (Hadi, 2004).

Metode skala menurut Arikunto (2007) mempunyai beberapa kelebihan dan kekurangan. Kelebihan dari metode skala adalah:

1. Metode skala adalah metode praktis
2. Tenaga yang diperlukan sedikit dan tidak memerlukan keahlian tertentu
3. Subjek dapat menjawab dengan leluasa tanpa dipengaruhi oleh orang lain.

Adapun kelemahan skala antara lain adalah:

1. Peneliti mungkin tidak dapat langsung berhadapan dengan subjek penelitian, sehingga bila hal-hal yang kurang jelas maka keterangan lebih lanjut sulit diperoleh
2. Biasanya skala yang dikeluarkan tidak semuanya kembali
3. Kesalahan dalam pelaksanaan penelitian, kurang jelasnya pertanyaan-pertanyaan akan menyebabkan kurang validnya bahan yang diperoleh.

Beberapa antisipasi yang dilakukan untuk mengatasi kelemahan skala adalah:

1. Dilakukan penyusunan skala yang sebaik-baiknya, yaitu dengan menggunakan bahasa yang sederhana, jelas dan singkat untuk menghindari kesalahan interpretasi,
2. Subjek diberikan alternatif jawaban,
3. Subjek diberikan penjelasan tentang pengisian skala dengan benar (Arikunto, 2007).

Skala yang digunakan dalam penelitian ini ada dua skala yaitu; skala loyalitas pelanggan dan skala kualitas pelayanan. Skala ini terdiri dari item-item berupa pernyataan yang mengarah pada informasi mengenai data yang hendak diungkap dan meminta sampel untuk memilih salah satu jawaban dari beberapa alternatif jawaban yang telah disediakan. Sedangkan data mahasiswa didapat dari data dokumentasi saat pengisian dilembar skala.

Skala kualitas pelayanan dalam penelitian ini disusun berdasarkan aspek-aspek kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Zeithaml, Paarasuraman dan Berry (dalam Ranminto dan Atik, 2005) yaitu Bukti fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*).

Pada pengisian skala ini, sampel diminta untuk menjawab pertanyaan yang ada dengan memilih salah satu jawaban dari beberapa alternatif jawaban yang tersedia. Pada skala ini diberi 4 (empat) alternatif jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS).

Pernyataan dalam skala ini terdiri dari pernyataan yang *favorable* dan *unfavorable*. item yang *favorable*, jawaban Sangat Sesuai akan diberi skor 4, jawaban Sesuai diberi skor 3, jawaban Tidak Sesuai diberi skor 2, dan jawaban Sangat Tidak Sesuai akan diberi skor 1. Item yang *unfavorable*, setiap jawaban Sangat Sesuai akan diberi skor 1, jawaban Sesuai diberi skor 2, jawaban Tidak Sesuai diberi skor 3, dan jawaban Sangat tidak sesuai akan diberi skor 4.

Skala loyalitas pelanggan dalam penelitian ini disusun berdasarkan aspek -aspek loyalitas mahasiswa yang dikemukakan oleh schiffman dan kanuk ,2004 yaitu kognitif, afektif, konatif dan tindakan.

Pada pengisian skala ini, sampel diminta untuk menjawab pertanyaan yang ada dengan memilih salah satu jawaban dari beberapa alternatif jawaban yang tersedia. Pada skala ini diberi 4 (empat) alternatif

jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS).

Pernyataan dalam skala ini terdiri dari pernyataan yang *favorable* dan *unfavorable*. item yang *favorable*, jawaban Sangat Sesuai akan diberi skor 4, jawaban Sesuai diberi skor 3, jawaban Tidak Sesuai diberi skor 2, dan jawaban Sangat Tidak Sesuai akan diberi skor 1. Item yang *unfavorable*, setiap jawaban Sangat Sesuai akan diberi skor 1, jawaban Sesuai diberi skor 2, jawaban Tidak Sesuai diberi skor 3, dan jawaban Sangat tidak sesuai akan diberi skor 4.

## **E. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur**

### **1. Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat (Arikunto, 2010).

Teknik yang digunakan untuk menguji validitas alat ukur dalam penelitian ini adalah Analisis *Product Moment* dari Pearson, yakni dengan mendeklamasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item dengan skor alat ukur. Skor total ialah nilai yang diperoleh dari hasil penjumlahan semua skor item korelasi antara skor item dengan skor total haruslah signifikan berdasarkan ukuran statistik tertentu, maka derajat

korelasi dapat dicari dengan menggunakan koefisien dari pearson dengan menggunakan validitas sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}}{\sqrt{[(\sum x^2) - \frac{(\sum x)^2}{N}][(\sum y^2) - \frac{(\sum y)^2}{N}]}}$$

**Keterangan:**

- $r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara variabel x (skor subjek setiap item) dengan variable x.  
 $\sum xy$  : Jumlah dari hasil perkalian antara variabel y (total skor subjek dariseluruh item) dengan variabel y.  
 $\sum X$  : Jumlah skor seluruh tiap item x.  
 $\sum Y$  : Jumlah skor seluruh tiap item y.  
 N : Jumlah subjek

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

Analisis reliabilitas skala sikap terhadap pemberian hukuman (denda) dan disiplin belajar dapat dipakai metode *Alpha Cronbach's* dengan rumus sebagai berikut:



**Keterangan:**

- $r_{11}$  : Reliabilitas instrumen  
 $k$  : Banyaknya butir pertanyaan  
 $\sum \sigma$  : Jumlah varian butir  
 $\sigma_1^2$  : Varian total

**F. Metode Analisis Data**

Berdasarkan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi *Product Moment*, dengan tujuan utama penelitian ini yakni ingin melihat apakah ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Untuk tujuan ini, dilakukan pengukuran empirik dengan menggunakan uji statistik korelasi *Product Moment* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}}{\sqrt{[(\sum x^2) - \frac{(\sum x)^2}{N}][(\sum y^2) - \frac{(\sum y)^2}{N}]}}$$

**Keterangan:**

- $r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara variabel x (skor subjek setiap item) dengan variabel y.  
 $\sum xy$  : Jumlah dari hasil perkalian antara variabel y (total skor subjek dari seluruh item) dengan variabel y.  
 $\sum X$  : Jumlah skor seluruh tiap item x.  
 $\sum Y$  : Jumlah skor seluruh tiap item y.  
 $\sum x^2$  : Jumlah kuadrat skor x.  
 $\sum y^2$  : Jumlah kuadrat skor y.  
 $N$  : Jumlah subjek.

Sebelum dilakukan analisis data dengan menggunakan teknik analisis *Product Moment*, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi yaitu:

1. Uji normalitas yaitu, untuk mengetahui apakah distribusi data dari variabel penelitian telah menyebar secara normal.
2. Uji linieritas, yaitu untuk mengetahui apakah data variabel bebas memiliki hubungan yang linier dengan variabel terikat.

