

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dewasa ini industri telekomunikasi telah berkembang menjadi industri yang sangat besar, dinamis dan mempunyai tingkat pertumbuhan yang sangat tinggi baik dari jumlah pelanggan maupun ukuran pasar yang ada. Bagi masyarakat, kebutuhan akan layanan telekomunikasi yang terjangkau dan berkualitas telah menjadi kebutuhan hidup yang sangat penting. Untuk itu, Telkomsel sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia yang juga menawarkan produk berupa internet melalui Telkomsel Flash harus dapat menciptakan nilai lebih dari produk serta layanan yang diberikan kepada para pelanggannya sehingga dapat tercipta kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, tujuan dari perusahaan yaitu *sustainability* profit dapat tercipta.

Penelitian ini akan menguraikan fakta-fakta dan informasi yang diperoleh di lapangan, baik secara langsung maupun tidak langsung dan membuat gambaran secara sistematis, aktual, dan akurat dalam hubungan antara variabel yang diteliti, menguji hipotesis, serta mendapatkan makna dan implikasi dari suatu masalah yang diteliti. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data primer didapatkan melalui penyebaran kuesioner dengan 100 responden sebagai sampel. Kuesioner dianalisis untuk mengetahui tingkat nilai, kepuasan, dan loyalitas pelanggan sesuai dengan karakteristik responden.

Objek dari penelitian ini adalah produk Telkomsel Flash di Bandar Lampung dengan subjek yang dipilih adalah pelanggan Telkomsel Flash di Bandar Lampung, dengan lokasi di Grapari Telkomsel Bandar Lampung dan di outlet-outlet Telkomsel. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menganalisa

dengan menggunakan faktor-faktor lain sebagai pembentuk variabel loyalitas pelanggan lainnya sehingga didapatkan hasil penelitian yang lebih komprehensif.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2005:72), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pemakai yang digunakan dalam penelitian adalah pelanggan Telkomsel Flash di Kota Bandar Lampung.

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2005:73) bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel merupakan penarikan sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi. Sedangkan *sampling* adalah cara pengumpulan data yang sifatnya tidak menyeluruh, artinya tidak mencakup seluruh objek penelitian hanya sebagian dari populasi saja.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Stratified Random Sampling*. *Stratified Random Sampling* merupakan sistem pengambilan sampel yang dibagi menurut strata tertentu. Kelebihan dari pengambilan acak berdasar lapisan ini adalah lebih tepat dalam menduga populasi karena variasi pada populasi dapat terwakili oleh sampel. Dalam penelitian ini pembagian strata tersebut dipisahkan menjadi pelanggan Telkomsel Flash menggunakan *simcard* pascabayar KartuHalo (Halo Data/Corporate) dan *simcard* prabayar simPATI/KartuAs (simPATI Loop, online holic, dst).

Besar sampel yang diambil mengacu pada pendapat Slovin, dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentase kelonggaran atau ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir

Jika pada penelitian ini menggunakan presisi sebesar 10%, maka ukuran sampel yang akan diteliti dari populasi sebanyak 1,377,357 pelanggan Telkomsel Flash di Kota Bandar Lampung pada akhir tahun 2012 adalah :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{1.377.357}{1 + \{(1.377.357).(0,1)^2\}} = 99,99274$$

Dengan menggunakan presisi sebesar 10%, maka hasil perhitungan sampel sebesar 99,99274 orang. Untuk memudahkan dalam perhitungan, maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 orang yang menjadi pelanggan Telkomsel Flash di Kota Bandar Lampung.

Sesuai dengan strata penentuan responden berdasarkan jumlah pelanggan Telkomsel Flash, dimana persentase pelanggan yang menggunakan pascabayar KartuHalo (Halo Data/Corporate) adalah 30% dan prabayar simPATI/KartuAs (simPATI Loop, online holic, dst) adalah 70%, maka dari 100 responden tersebut akan digunakan 30 Responden pascabayar KartuHalo (Halo Data/Corporate) dan 70 responden prabayar simPATI/KartuAs (simPATI Loop, online holic, dst).

3.3 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

1. *Penelitian Kepustakaan (Library Research)*

Kajian pustaka adalah penelitian yang dilakukan dengan membaca buku atau literature atau karya ilmiah lainnya yang mempunyai hubungan dengan penelitian ini.

2. *Penelitian Lapangan (Field Research)*

Penelitian lapangan digunakan untuk mendapatkan data primer dari objek penelitian. Metode penelitian lapangan langsung yang digunakan untuk memperoleh data pokok sebagai berikut :

- a. Wawancara/*interview* dengan pihak-pihak terkait terutama responden terpilih dengan masalah yang diteliti.
- b. Menyebarkan kuesioner atau angket kepada responden yang merupakan pelanggan Telkomsel Flash di Bandar Lampung.

3.4 Instrumen Penelitian

Berdasarkan sumber pengambilan data dalam penelitian ini dibedakan menjadi 2 yaitu :

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari lapangan dengan menggunakan instrumen kuesioner yang dibagikan kepada responden.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari penelitian kepustakaan dengan mengumpulkan bahan-bahan tertulis berupa laporan maupun dokumen.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Variabel X dan Variabel Y. Variabel X merupakan variabel bebas yang terdiri dari X_1 = Kualitas Produk, X_2 = Layanan Purna Jual, dan Variabel Y = Loyalitas Pelanggan. Definisi operasional variabel penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Kualitas Produk (X_1)

Variabel	Subvariabel	Indikator	Pengukuran	Skala	
Kualitas Produk (X1)	1. <i>Performance</i>	a	Jangkauan Sinyal	Tingkat Jangkauan Sinyal	Ordinal
		b	Kualitas Sinyal	Tingkat Kualitas Sinyal	Ordinal
	2. <i>Feature</i>	a	Kuota Internet	Tingkat Kuota Internet	Ordinal
		b	Kemudahan Aktivasi	Tingkat Kemudahan Aktivasi	Ordinal
	3. <i>Reliability</i>	a	Kecepatan Akses Internet	Tingkat Kecepatan Akses Internet	Ordinal
		b	Kestabilan Sinyal	Tingkat Kestabilan Sinyal	Ordinal
	4. <i>Conformance to Specifications</i>	a	Kejelasan Informasi Produk	Tingkat Kejelasan Informasi Produk	Ordinal
		b	Kemudahan Pemakaian	Tingkat Kemudahan Pemakaian	Ordinal
	5. <i>Durability</i>	a	Kehandalan Akses Internet	Tingkat Kehandalan Akses Internet	Ordinal
		b	Masa Aktif Paket Internet	Tingkat Masa Aktif Paket Internet	Ordinal
	6. <i>Serviceability</i>	a	Kemudahan Akses Call Center	Tingkat Kemudahan Akses Call Center	Ordinal
		b	Kemudahan Akses ke Grapari	Tingkat Kemudahan Akses ke Grapari	Ordinal
	7. <i>Aesthetics</i>	a	Desain Kartu Perdana	Tingkat Desain Kartu Perdana	Ordinal
		b	Kombinasi Warna Produk	Tingkat Kombinasi Warna Produk	Ordinal
	8. <i>Perceived Quality</i>	a	Citra Merk Perusahaan	Tingkat Citra Merk Perusahaan	Ordinal
		b	Kepercayaan Pada Perusahaan	Tingkat Kepercayaan Pada Perusahaan	Ordinal

2. Variabel Layanan Purna Jual (X₂)

Variabel	Subvariabel	Indikator	Pengukuran	Skala	
Layanan Purna Jual (X₂)	1. Garansi	a	Penggantian Akibat Kerusakan	Tingkat Penggantian Akibat Kerusakan	Ordinal
		b	Kecepatan Perbaikan Sinyal	Tingkat Kecepatan Perbaikan Sinyal	Ordinal
	2. Aksesoris	a	Kemudahan Pembelian Pulsa	Tingkat Kemudahan Pembelian Pulsa	Ordinal
		b	Penawaran Produk Baru	Tingkat Penawaran Produk Baru	Ordinal
	3. Pelayanan, Pemeliharaan, dan Perbaikan	a	Keramahan Customer Service	Tingkat Keramahan Customer Service	Ordinal
		b	Kesigapan Customer Service	Tingkat Kesigapan Customer Service	Ordinal
		c	Penanganan Keluhan Sampai Tuntas	Tingkat Penanganan Keluhan Sampai Tuntas	Ordinal
	4. Fasilitas	a	Kenyamanan Fasilitas Grapari	Tingkat Kenyamanan Fasilitas Grapari	Ordinal
		b	Bonus Pulsa Setelah Isi Ulang	Tingkat Bonus Pulsa Setelah Isi Ulang	Ordinal
		c	Reward Telkomsel Poin	Tingkat Reward Telkomsel Poin	Ordinal

3. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Variabel	Subvariabel	Indikator	Pengukuran	Skala	
Loyalitas Pelanggan (Y)		a	Kesediaan Berbagi Informasi	Tingkat Kesediaan Berbagi Informasi	Ordinal
		b	Menyampaikan Hal Positif ke Orang Lain	Tingkat Menyampaikan Hal Positif ke Orang Lain	Ordinal
		c	Memberi Rekomendasi ke Orang Lain	Tingkat Memberi Rekomendasi ke Orang Lain	Ordinal
		d	Pembelian Pulsa Berulang	Tingkat Pembelian Pulsa Berulang	Ordinal
		e	Pembelian Layanan Tambahan	Tingkat Pembelian Layanan Tambahan	Ordinal
		f	Mencoba Produk	Tingkat Mencoba	Ordinal

		Baru	Produk Baru	
--	--	------	-------------	--

3.6 Pengujian Instrument Penelitian

3.6.1 Uji Validitas Kuesioner

Validitas adalah kesesuaian hasil-hasil simpulan sebuah penelitian dengan kondisi senyatanya di lapangan, dengan begitu suatu hasil penelitian dikatakan valid jika hasil tersebut memiliki tingkat kesesuaian yang tinggi dengan kondisi riil di masyarakat. Pengujian validitas ditujukan untuk melihat hubungan antar masing-masing butir pertanyaan pada variabel bebas dan variabel terikat. Untuk Uji validitas dalam penelitian ini digunakan 30 orang responden sebagai sampel untuk mengisi butir-butir pertanyaan dari kuesioner.

Tabel 3.2
Validitas Kuesioner

No	Variabel	Faktor Loading	No	Variabel	Faktor Loading
1	Pertanyaan 1	0,580	19	Pertanyaan 19	0,561
2	Pertanyaan 2	0,789	20	Pertanyaan 20	0,646
3	Pertanyaan 3	0,571	21	Pertanyaan 21	0,643
4	Pertanyaan 4	0,612	22	Pertanyaan 22	0,859
5	Pertanyaan 5	0,654	23	Pertanyaan 23	0,689
6	Pertanyaan 6	0,599	24	Pertanyaan 24	0,585
7	Pertanyaan 7	0,625	25	Pertanyaan 25	0,813
8	Pertanyaan 8	0,664	26	Pertanyaan 26	0,691
9	Pertanyaan 9	0,594	27	Pertanyaan 27	0,762
10	Pertanyaan 10	0,706	28	Pertanyaan 28	0,671
11	Pertanyaan 11	0,681	29	Pertanyaan 29	0,766
12	Pertanyaan 12	0,759	30	Pertanyaan 30	0,665
13	Pertanyaan 13	0,745	31	Pertanyaan 31	0,663
14	Pertanyaan 14	0,691	32	Pertanyaan 32	0,680
15	Pertanyaan 15	0,809	33	Pertanyaan 33	0,517
16	Pertanyaan 16	0,846	34	Pertanyaan 34	0,651
17	Pertanyaan 17	0,635	35	Pertanyaan 35	0,712
18	Pertanyaan 18	0,733			

Sumber : Lampiran 2 (data diolah)

Berdasarkan hasil di Tabel 3.2 dapat diketahui bahwa nilai faktor loading $> 0,5$ sehingga semua pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas Kuesioner

Uji selanjutnya yang dilakukan adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas ini untuk mengetahui konsistensi jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan. Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan *Cronbach' Alpha*. Menurut Sugiyono (2002:86) uji realibilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel, namun sebaliknya uji reliabilitas sebaliknya dilakukan pada masing-masing variabel pada lembar kerja yang berbeda sehingga dapat diketahui konstruk variabel mana yang tidak reliabel.

Gambar 3.1

Cronbach's Alpha

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.965	35

Sumber : Lampiran 3

Instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha hitung lebih besar dari *Cronbach Alpha if Item Deleted* maka kuesioner dinyatakan reliabel. Berdasarkan hasil perhitungan di SPSS, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,965 lebih besar daripada nilai *Cronbach Alpha if Item Deleted* pada seluruh item pertanyaan di kuesioner (Lampiran 3), maka seluruh pertanyaan kuesioner dinyatakan reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif adalah analisis yang menggambarkan secara rinci, dengan interpretasi terhadap data yang diperoleh melalui pendekatan teoritis. Dalam hal ini adalah untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan melalui pendekatan teori, kemudian dideskripsikan atau

dijelaskan. Dimana data yang diperoleh dari efektifitas penelitian dianalisis dengan menggunakan analisis statistik inferensial. Analisis statistik deskriptif dilakukan dengan mendeskripsikan semua data dari semua variabel dalam bentuk distribusi frekuensi dan kemudian mentabulasikan hasilnya dalam bentuk tabel yang kemudian diinterpretasikan terhadap data pada tabel tersebut.

Menurut Tjiptono (2002:96) pengukuran tingkat jawaban responden dilakukan dengan menggunakan Skala Likert yaitu dengan 5 tingkat/poin. Pengukuran dengan menggunakan Skala Likert ini memiliki kelebihan dalam keragaman skor (*variability of score*), sehingga pelanggan dalam hal ini dapat mengekspresikan tingkat pendapat mereka terhadap pelayanan yang mereka terima bisa mendekati kenyataan yang sebenarnya.

Untuk memberikan nilai terhadap jawaban dalam kuesioner dibagi menjadi 5 tingkat alternative jawaban yang disusun bertingkat dengan memberikan bobot nilai (skor) sebagai berikut :

Sangat Setuju	(Skala = 5)
Setuju	(Skala = 4)
Netral	(Skala = 3)
Tidak Setuju	(Skala = 2)
Sangat Tidak Setuju	(Skala = 1)

3.7.2 Analisis Regresi Berganda (*Multiple Regression*)

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui indikator mana yang paling berpengaruh dalam satu variabel digunakan persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_nX_n + et$$

Keterangan :

Y	= Loyalitas Pelanggan
a	= konstanta (<i>intercept</i>)
b_1, b_2, b_n	= koefisien daya tarik (<i>attractiveness</i>)
X_1	= Kualitas Produk

X_2 = Layanan Purna Jual
et = error term

3.7.3 Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Menurut Malhotra (2010), Uji F menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian keberartian koefisien regresi secara menyeluruh menggunakan Uji F dengan derajat kebebasan $(df) = n - k - 1$, pada tingkat kepercayaan 95% dan $\alpha = 0,05$.

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

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

3.7.4 Uji Signifikasi Parsial (Uji t)

Menurut Malhotra (2010), tujuan Uji t adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang akan diuji adalah uji parameter koefisien regresi (b_1) sama dengan nol atau $H_0 = b_1 = 0$, artinya suatu variabel independen bukan merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen.

Hipotesis alternative (H_a) merupakan parameter suatu variabel yang lebih besar dari nol atau $H_a = b_1 > 0$, artinya suatu variabel independen merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian keberartian koefisien regresi secara menyeluruh menggunakan Uji t dengan menggunakan derajat kebebasan $(df) = n - k - 1$, pada tingkat kepercayaan 95% dan $\alpha = 0,05$.

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

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