

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), penelitian kuantitatif merupakan metodologi penelitian berbasis positivisme yang merupakan pendekatan ilmiah karena mematuhi prinsip-prinsip ilmiah dengan cara yang nyata atau empiris yang bersifat objektif, terukur, logis, dan sistematis. Dengan mengumpulkan data melalui alat penelitian serta mengevaluasi data kuantitatif ataupun statistik, pendekatan kuantitatif bertujuan untuk mengevaluasi hipotesis yang sudah ada yang akan diterapkan pada studi populasi dan kelompok tertentu. Metode penelitian kuantitatif mengumpulkan, memeriksa, dan menginterpretasikan data menggunakan teknik numerik dan statistik. Menggunakan data yang dapat diukur dan dievaluasi secara statistik untuk menguji hipotesis dan memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian adalah tujuan utama dari metodologi penelitian kuantitatif.

Studi ini menggunakan metodologi kuantitatif. Hal ini dikarenakan studi ini akan melihat hubungan antara Kualitas Layanan dan Citra Merek dalam Loyalitas Pelanggan Indihome di PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom) kota Gunungsitoli.

3.2. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono dalam Handayani (2020) menjelaskan tentang hubungan dalam penelitian, berkaitan jenis-jenis variabel yang berbeda dapat dibedakan satu sama lain sebagai berikut:

3.2.1. Variabel Bebas (Independen)

Istilah variabel rangsangan, prediktor, dan antecedent sering digunakan untuk menggambarkan variabel ini. Istilah “variabel independen” juga sering digunakan dalam bahasa Indonesia. Variabel dependen dipengaruhi oleh, berubah sebagai akibat dari, atau muncul

sebagai hasil dari variabel independen. Peneliti dalam Citra merek (X1) dan indikator berikut adalah dua variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini:

- a. Menciptakan Citra Profesional
- b. Menciptakan Citra Kontemporer
- c. Melayani Semua Pasar
- d. Perhatian Kepada Konsumen

kualitas layanan (X2) dengan indikator sebagai berikut:

- g. *Reliability* (Keandalan)
- h. *Responsiveness* (Daya tanggap)
- i. *Assurance* (Jaminan)
- j. *Empathy* (Empati)
- k. *Tangible* (Bukti langsung)

3.2.2. Variabel Terikat (Dependen)

Frasa yang sering digunakan termasuk variabel keluaran, kriteria, dan akibat. Dalam bahasa Indonesia, ini sering disebut sebagai variabel dependen. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh atau muncul sebagai akibat dari variabel independen. Variabel dependen pada studi ini digunakan oleh peneliti sebagai loyalitas pelanggan (Y) dengan indikator sebagai berikut:

- a. *Repeat Purchase* (kesetiaan dalam pembelian produk).
- b. *Retention* (ketahanan terhadap pengaruh negative dari perusahaan pesaing).
- c. *Referalls* (mereferensikan secara total eksistensi perusahaan)

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Sugiyono (dalam Mohanty 2016 : 61), Sebuah populasi merupakan kelompok besar objek atau individu dengan sejumlah karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan dari mana

kesimpulan akan diambil. Jadi, selain individu, populasi juga terdiri dari item dan fenomena alam lainnya. populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang sedang diteliti, tetapi mencakup semua sifat ataupun atribut dipunyai objek ataupun subjek tersebut. Dalam studi ini, populasi akan dipergunakan ialah para pelanggan dari PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom) kota Gunungsitoli pada 1 bulan terakhir yakni bulan April sebanyak 73 orang responden.

3.3.2. Sampel

Sugiyono (2016) menyatakan bahwa sampel mencerminkan subset dari ukuran dan karakteristik populasi. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel non-probabilitas yang disebut *purposeful sampling* diterapkan dengan menentukan kriteria pengambilan sampel tertentu adalah bagian dari teknik pengambilan sampel *purposif*. Menurut studi ini, peneliti memilih 73 responden, atau 100% dari populasi saat ini di PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom) Kota Gunungsitoli, karena ukuran populasi tidak melebihi 100 responden. Oleh karena itu, teknik sensus adalah penggunaan seluruh populasi sebagai unit pengamatan tanpa perlu menarik sampel studi.

3.4. Instrument Penelitian

Alat studi yang akan digunakan dan dibuat oleh penyelidik yaitu dengan menggunakan kuisisioner (angket) yang berisikan dari beberapa butir-butir pertanyaan. Instrumen penelitian merupakan instrumen ataupun teknik dipergunakan pada mengum- pulkan beberapa data dalam penelitian, oleh sebab ini penggunaan instrument sangat penting untuk dapat mencari informasi yang komprehensif tentang suatu masalah.

Pada prinsipnya melakukan penelitian ialah pengukur yang baik diperlukan untuk pengukuran. Perangkat pengukur dalam penelitian biasanya disebut sebagai alat untuk penelitian. Suatu instrumen untuk mengukur peristiwa sosial dan lingkungan yang diamati disebut sebagai instrumen penelitian. Dalam

penelitian ini kuisioner akan diedarkan kepada seluruh responden dengan distribusi skor yang ditunjukkan di bawah ini:

- | | |
|--------------------------------|---------------|
| 1. (SS) = Sangat Setuju | Dengan Skor 5 |
| 2. (S) = Setuju | Dengan Skor 4 |
| 3. (KS) = Kurang Setuju | Dengan Skor 3 |
| 4. (TS) = Tidak Setuju | Dengan Skor 2 |
| 5. (STS) = Sangat Tidak Setuju | Dengan Skor 1 |

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Mukhamad Fathoni (2019 : 241) Prosedur pengumpulan data adalah metode atau pendekatan yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk sebuah studi atau usaha penelitian. Validitas dan reliabilitas temuan penelitian, yang harus sejalan dengan tujuan penyelidikan, jenis data yang dibutuhkan, sumber daya yang tersedia, dan pertimbangan etis, mungkin dipengaruhi oleh metode yang digunakan untuk pengumpulan data. Untuk sepenuhnya memahami subjek penelitian, praktik umum untuk menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data. Studi ini menggunakan teknik-teknik berikut untuk mengumpulkan data:

1. Tindakan mengamati Tersiana (2018:12) memberikan definisi pengamatan sebagai proses menyeluruh dari mengamati dan melacak perilaku dalam keadaan tertentu. Intinya, pengamatan berusaha untuk menggambarkan orang, peristiwa, dan tindakan dari sudut pandang pengamat. Metode ini digunakan untuk mengekstrak data dari sumber-sumber, seperti acara, lokasi, dan tempat, serta foto-foto yang diambil di lapangan. Untuk melihat dan memahami kejadian terkini, pendekatan observasi memerlukan keterlibatan langsung.
2. Di antara metode yang paling umum untuk belajar dari banyak orang adalah dengan menggunakan survei atau kuesioner. Responden biasanya diminta untuk menjawab serangkaian pertanyaan tertulis sebagai bagian dari teknik

ini. Survei dapat dibuat dengan pertanyaan tertutup yang memiliki opsi jawaban yang telah ditentukan atau pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden memberikan jawaban mereka sendiri. Misalnya, pendekatan ini sering digunakan dalam survei kepuasan pelanggan untuk menentukan seberapa puas pelanggan terhadap suatu layanan.

3.6. Teknik Analisis Data

Studi ini menggunakan analisis data kuantitatif, yang menguji dan mengevaluasi data menggunakan perhitungan numerik dan kemudian menggunakan uji korelasi ganda dan uji korelasi momen produk untuk menarik kesimpulan. Namun, dalam kenyataannya, program statistik SPSS digunakan untuk memproses data untuk studi ini daripada melakukannya secara manual.

3.6.1. Uji Instrumen Penelitian

1. Pengujian Validitas

Uji validitas dipergunakan dalam menilai kejelasan kerangka studi dan mendemonstrasikan akurasi item instrumen penelitian (Utami, 2023). Menggunakan kriteria berikut, metode produk momen Pearson digunakan untuk menilai validitas studi ini:

- a. Pertanyaan atau instrumen dianggap valid jika mereka berkorelasi dengan skor keseluruhan $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$.
- b. Jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, Item atau instrumen pertanyaan dianggap tidak valid atau tidak menunjukkan korelasi yang substansial dengan skor keseluruhan.

2. Pengujian Reliabilitas

Penelitian yang memiliki kesamaan data dari waktu ke waktu dianggap dapat diandalkan; artinya, data penelitian yang diperoleh tetap sama dari waktu ke waktu. Keandalan dan kepercayaan saling terkait; penelitian dianggap dapat diandalkan jika terdapat tingkat kepercayaan yang tinggi

terhadap data (Usman & Gustalika, 2022). Kuesioner yang berfungsi sebagai indikator dari sebuah variabel diukur untuk keandalannya. Jika alpha Cronbach dari sebuah variabel $> 0,70$, maka dianggap dapat diandalkan (Savira & Ida Yulianti, 2022).

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:137), Analisis regresi memerlukan penerapan pengujian asumsi klasik, yang, jika hasilnya memenuhi asumsi tersebut, menghasilkan koefisien regresi yang linier, objektif, dan konsisten. Di sisi lain, model regresi yang sedang diuji akan sulit dipahami karena memberikan interpretasi yang bias jika hasil dari uji asumsi klasik tidak memenuhi kondisi asumsi. Oleh karena itu, menentukan apakah data memenuhi syarat untuk analisis tambahan adalah tujuan dari uji asumsi tradisional. Uji heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan normalitas adalah beberapa alat pengujian yang digunakan dalam uji asumsi tradisional.

1. Memeriksa apakah daripada variabel sisa ataupun gangguan pada model regresi memiliki distribusi normal adalah tujuan daripada tes normalitas, menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:137). Temuan uji normalitas juga harus memiliki distribusi normal karena uji t dan uji F mengasumsikan bahwa residual memiliki distribusi normal. Metode Kolmogorov-Smirnov dipergunakan pada penelitian ini dalam menguji apakah data berdistribusi normal ataupun tidak. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi (Sig). Nilai signifikansi $> 0,05$, yang menunjukkan bahwa data terdistribusi secara reguler. Sebaliknya, nilai signifikansi $< 0,05$ menunjukkan bahwa data tidak terdistribusi secara reguler.
2. Pengujian untuk multikolinearitas digunakan untuk menentukan apakah variabel independen dalam model regresi saling berkorelasi,

- a. Jika nilai VIF < 10 dan nilai tolerance $> 0,10$ maka dapat dikatakan bahwa dalam model regresi tidak ada multikolinieritas antar variabel.
- b. Jika nilai VIF > 10 dan nilai tolerance $< 0,10$ maka dapat dikatakan bahwa dalam model regresi ada multikolinieritas antar variabel.

klaim Riyanto dan Hatmawan (2020:139). Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki variabel independen yang berkorelasi. Multikolinearitas adalah masalah jika ada korelasi antara variabel independen. Untuk memastikan apakah multikolinearitas antara variabel ada atau tidak, dapat dilihat melalui VIF (*Varianc Inflation Factor*) dan TOL (*Tolerance*) dengan klausa berikut, dari setiap variabel independen ke variabel dependen:

3. Uji heteroskedastisitas mencari bukti ketidaksamaan varians di antara observasi dalam residual model regresi (Riyanto & Hatmawan, 2020:139). Sebuah fenomena yang dikenal sebagai heteroskedastisitas terjadi ketika varians berbeda dari satu observasi ke observasi berikutnya, menurut Syafril (2019:62). Ketika varians konstan di seluruh lebih banyak pengamatan, ini dikenal sebagai homoskedastisitas. Heteroskedastisitas tidak boleh ada dalam model regresi yang efektif. Studi ini menggunakan uji Glejser untuk menentukan apakah heteroskedastisitas ada dalam model regresi. Data dianggap heteroskedastik jika nilai signifikansinya lebih $> 0,05$. Di sisi lain, heteroskedastisitas ditemukan jikalau poin signifikansi $< 0,05$.

3.6.3. Pengujian Hipotesis

Dalam menentukan bagaimana temuan hipotesis atau asumsi awal terhubung dengan penelitian yang direncanakan, pengujian hipotesis dilakukan. Berikut adalah beberapa pengujian hipotesis yang merupakan bagian dari penelitian ini:

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji statistik t digunakan untuk menentukan apakah setiap variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen. Nilai t yang dihitung untuk melakukan uji, setiap variabel

independen dibandingkan dengan nilai tabel t pada tingkat kesalahan 5% ($\alpha = 0,05$). Jika jumlah $t_{hitung} > t_{tabel}$, Variabel yang terkait dengan demikian dipengaruhi secara signifikan oleh variabel independen. Berikut adalah langkah-langkah pengujian:

- a) Merumuskan asumsi (H_a).
 - b) Variabel independen memiliki dampak parsial terhadap variabel dependen, seperti loyalitas konsumen (citra merek dan kualitas layanan) jika H_a diterima.
 - c) Pada 0.05, temukan ambang signifikansi (α).
 - d) Memerbandingkan poin t_{hitung} dengan t_{tabel} . bilamana $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_a kemudian disetujui. Ini menunjukkan bahwa setiap variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara terpisah.
- b. Uji Simultas (Uji F)

Untuk menentukan apakah semua faktor independen yang diambil Uji F digunakan ketika keduanya memiliki dampak signifikan terhadap variabel dependen. Angka-angka dibandingkan untuk melakukan uji tersebut F_{hitung} dengan F_{tabel} pada tingkat kesalahan 5%, yang setara dengan $\alpha = 0,05$. Jika nilai F yang dihitung lebih tinggi dari nilai tabel F , menunjukkan bahwa faktor-faktor independen secara kolektif memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel dependen, hipotesis pertama dapat diterima. Relevansi dampak kualitas layanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan indihome di PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom) di kota Gunungsitoli diperiksa menggunakan uji F. Prosedur berikut akan diikuti selama pengujian:

1. Merumuskan Hipotesis (H_a)

Ini menunjukkan bahwa variabel independen dan dependen dipengaruhi secara signifikan pada saat yang sama.

Tingkat signifikansi ditetapkan pada 0,05 ($\alpha = 0,05$).

2. Membadingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} .

- a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, Ini menunjukkan bahwa variabel dependen tidak terpengaruh oleh variabel independen yang diambil secara bersama-sama.
- b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, Variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen yang diambil secara bersama-sama.
- c. Jika probabilitas kurang dari 0,05, H_a akan diterima berdasarkan kemungkinan dan nilai probabilitas.

c. Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Derajat di mana perubahan atau variasi dalam variabel independen (harga dan citra merek) dapat menjelaskan perubahan atau variasi dalam variabel dependen (keputusan pembelian) ditunjukkan oleh koefisien determinasi (R^2). ($0 < R^2 < 1$) adalah rentang nilai untuk koefisien determinasi. Nilai yang mendekati 1 berarti bahwa variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang diperlukan untuk meramalkan perubahan pada variabel dependen. Dikatakan dengan cara lain, jika R^2 mendekati 100%, variabel independen lebih baik dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Oleh karena itu, semakin akurat model regresi menjelaskan variabel dependen dengan variabel independen, semakin baik model tersebut bekerja dengan data yang tersedia (R^2).

d. Koefesien Korelasi (R)

Menemukan tujuan dari pengujian korelasi adalah untuk menentukan hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Tujuan koefisien korelasi dalam studi ini adalah untuk menentukan hubungan antara faktor independen (X), termasuk citra merek dan kualitas layanan, dan variabel dependen (Y), yaitu loyalitas pelanggan Indihome di PT.Telekomunikasi Indonesia (Telkom) kota Gunungsitoli. Untuk mencari korelasi,

maka dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 3.1.
Interpretasi Koefisien Korelasi

No	Tingkat Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup Kuat
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

3.7. Jadwal Penelitian

Untuk Melaksanakan penelitian ini, peneliti telah membuat jadwal sebagai paduan penelitian sebagai berikut.

Tabel.3.2

Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	JADWAL PENELITIAN																				
		April 2025				Mei 2025				Juni 2025				Juli 2025				Agustus 2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3		
1.	Kegiatan Proposal Skripsi																					
2.	Konsultasi Kepada Dosen Pembimbing																					
3.	Pendaftaran Seminar Proposal																					
4.	Pengumpulan Data																					
5.	Penulisan Naskah																					
6.	Ujian Skripsi																					

Sumber: Diolah Oleh Peneliti 2025