

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur yang beralamat Jl. Ir. H. Juanda No.15 Sidodi, Kec.Samarinda Ulu, Kota Samarinda, Kalimantan Timur, 75124.

B. Jenis Penelitian

Menurut Hasan (2004:30) data kuantitatif adalah Riset yang hasil analisisnya disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam bentuk uraian.

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif agar mengetahui pengaruh citra merek (X1) dan promosi (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) penggunaan kartu perdana telkomsel.

C. Populasi dan penentuan sampel

1. Populasi

Menurut Sugiono (2004:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi pada penelitian ialah, Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur yang beralamat Jl. Ir. H. Juanda Sidodi, Kecamatan Samarinda Ulu,

2. Sampel

Menurut Hendriyadi dan Suryani (2015) sampel adalah menentukan sampel dan populasi digunakan perhitungan maupun acuan tabel. Karena populasi tidak diketahui secara pasti maka jumlah sampel untuk Penelitian adalah 96 responden yang berasal dari beberapa Mahasiswa program studi S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur yang menggunakan kartu Telkomsel. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampel dengan menggunakan rumus Hair, J., Black, B., Anderson, R. E., & Tatham, 2010) :

$$\text{Jumlah sampel} = \text{Jumlah indikator} \times 5-10$$

Dalam penelitian ini terdapat 12 indikator, maka jumlah sampel yang digunakan adalah :

$$\text{Jumlah sampel} = 12 \times 8 = 96 \text{ responden}$$

3. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2018:81) *simple random sampling* pengambilan anggota sampel dari populasi yang diambil secara acak tanpa memperhatikan pengaruh yang ada dalam populasi itu.

Penelitian memakai *simple random sampling* . Pengambilan sampel dilakukan menggunakan kuisioner lalu dibagikan menggunakan google form kepada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

A. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Penelitian menggunakan dua variabel, yaitu terdiri dari citra merek (X1) dan promosi (X2) dan loyalitas pelanggan (Y) merupakan variabel terikat. agar definisi dari setiap variabel yang akan diteliti mudah untuk dipahami, maka peneliti menyajikan tabel definisi operasional sebagai berikut :

1. Definisi Operasional

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Pernyataan	Kode	Sumber
Loyalitas pelanggan (Y)	1.Melakukan pembelian kartu telkomsel dengan berulang secara teratur	Saya Membeli Produk Telkomsel Lebih Dari 3 Kali	LP1	(Unika, 2019 :142)
Loyalitas pelanggan kartu telkomsel pada mahasiswa program studi S1 (UMKT) adalah hasil yang positif terhadap kesetian pelanggan		Tidak ingin menggunakan produk lain selain kartu telkomsel	LP2	
		Saya akan membeli produk kartu telkomsel lagi di masa yang akan datang	LP3	

	2.Melakukan pembelian lini produk kartu telkomsel yang lainnya	Pilihan simcard Telkomsel yang ditawarkan beragam yaitu ,Simpati AS, loop, dan halo	LP4	
	3.Indikator loyalitas memberikan referensi atau acuan kepada orang lain	Saya Merekomendasikan Kepada pihak lain Agar Menggunakan Kartu Telkomsel	LP5	
		Saya akan menceritakan hal-hal baik mengenai produk-produk Telkomsel sebagai referensi teman yang meminta saran	LP6	
	4.Indikator loyalitas pelanggan memperlihatkan ketahanan terhadap tarikan dari saingannya	Menjadikan Telkomsel sebagai pilihan utama dibandingkan operator lain	LP7	
Citra merek (X1) Citra merek pengguna kartu telkomsel pada mahasiswa program studi S1 (UMKT) adalah keyakinan yang	1 Indikator citra merek produk telkomsel mudah dikenali	Produk telkomsel mudah dikenali	CM1	(Alif, 2019:21)

ada dibenak
 konsunen dalam
 mengingat kartu
 telkomsel

		Produk telkomsel memiliki karakter tersendiri	CM2
		Saya akan membeli produk kartu telkomsel lagi di masa yang akan datang	CM3
2. Indikator citra merek kartu telkomsel diingat	Selalu	Produk Telkomsel Kebutuhan Keinginan	Kartu Sesuai Dan CM4
		Kartu telkomsel memberikan kenyamanan pada penggunanya	CM5
3. Indikator citra merek kartu telkomsel memiliki yang baik		Kartu telkomsel memiliki jaringan yang stabil	CM6
		Kartu telkomsel memiliki citra merek yang baik	CM7

		4.Indikator citra merek kartu telkomsel mengikuti perkembangan zaman	Model fitur atau gambar pada kartu seluler Telkomsel sangat fantastik tidak ketinggalan zaman	CM8	
Promosi (X2)		1.Indikator promosi penjualan kartu telkomsel	Kartu telkomsel memiliki aktivitas promosi yang sering	PM1	(Kotler & Amstrong, 2012:604)
Promosi dalam pengguna kartu telkomsel pada mahasiswa program studi S1 (UMKT) adalah kegiatan menawarkan suatu produk kartu telkomsel .					
			Aktivitas promosi yang disampaikan selalu menarik perhatian	PM2	
		2.Indikator promosi , hubungan masyarakat dan publisitas kartu telkomsel	Melihat poster atau reklame kartu telkomsel di sekitar lingkungan	PM3	
			Pihak kartu telkomsel memberikan brosur berisikan tawaran kuota murah dan sebagainya	PM4	

3. Indikator promosi, penjualan pribadi kartu telkomsel	Kartu telkomsel sering melakukan promosi melalui media massa	PM5
	Promosi yang dilakukan oleh kartu telkomsel melalui iklan televisi sangat baik	PM6
4.Indikator promosi, pemasaran langsung kartu telkomsel	Pameran dagang yang dilakukan oleh kartu Telkomsel mampu menarik minat konsumen untuk membeli	PM7
	Penawaran produk kartu Telkomsel yang dilakukan oleh sales mampu menarik minat konsumen untuk membeli	PM8

Sumber : Diolah oleh peneliti (2022)

2. Pengukuran variabel

Menurut Syofian (2010:138) skala likert skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek dan fenomena tertentu . Skala likert dalam penelitian ini ditujukan dengan jawaban yang menjadi empat kategori penilaian, Mulai dari Sangat Setuju (SS) sampai dengan Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 3. 2 Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu – ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Syofian (2010:138)

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data

Pada penelitian digunakan data kuantitatif yang tujuannya sistematis, terencana dan teratur secara rinci dari pertaman sampai akhir dalam membuat rencana penelitian.

2. Sumber data

a. Sumber Data primer

Sumber dengan data utama yang didapatkan langsung dari lapangan. Pada penelitian ini data berasal dari mahasiswa manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

b. Sumber data sekunder

Data pendukung yang didapatkan secara tidak langsung di lapangan tetapi hal yang telah diolah orang lain. Seperti buku, jurnal, dokumen, atau *literature* terkait.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Studi pustaka

Menggunakan ini supaya penulis bisa mengerti teori serta rangkaian awal penelitian. Studi pustaka ini dilaksanakan dengan memahami jurnal, karya ilmiah, dan lainnya.

2. Penelitian lapangan

a. Metode observasi (Pengamatan)

Pada penelitian ini, proses mengumpulkan data bisa secara langsung maupun tidak langsung. Peneliti menggunakan observasi langsung dari tempat dengan mahasiswa manajemen di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. Pengamatan ini digunakan untuk memperoleh informasi selama penyelesaian kuesioner.

b. Metode Angket (Kuesioner)

Metode kuesioner berisikan mengenai pertanyaan bidang atau masalah yang akan diteliti. Dalam memperoleh data dilakukan penyebaran kuesioner, mengajukan pertanyaan yang setelahnya responden menjawab, dengan variabel :

- 1) Loyalitas pelanggan
- 2) Citra merek
- 3) Promosi

G. Teknik Analisis Data

Kuantitatif ialah analisis dengan bantuan statistik agar bisa membantu penelitian saat menghitung angka pada data yang telah ada.

1. Uji Kualitas data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaannya pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur kuesioner tersebut. Menurut (Ghozali, 2018:51) uji validitas dapat mengukur apakah dalam pertanyaan kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur. Dengan kriteria pengujian validitas sebagai berikut (Ghozali:2011) :

1. Jika r hitung $>$ r table, maka kuesioner tersebut valid.
2. Jika r hitung $<$ r table, maka kuesioner tersebut tidak valid .

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali , 2018:45) realibilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terdapat pertanyaan dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu . Pengujian ini dilakukan dengan mengukur antara jawaban pertanyaan dengan menggunakan nilai statistika *cronbach's alpha* (α) dan dikatakan reliabel jika memberikan nilai α lebih besar 0,7 (Ghozali:2011)

2. Analisis regresi linear berganda

Menurut Sugiyono (2017:130) , dikatakan regresi berganda karena jumlah variabel independennya lebih dari satu . Rumus regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Di mana :

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Bilangan Konstanta

b_1b_2 = Koefisien / arah garis

X1 = Citra Merek (*Brand image*)

X2 = Promosi

3 . Uji asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi, variabel independen dan dependennya berdistribusi normal atau tidak. Kriteria pengujian uji kolmogorov- Smirnov adalah nilai probabilitas (sig.) > 0,05, maka data berdistribusi normal, sedangkan nilai probabilitas (sig.) < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2018:111) .

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Apabila (VIF) < 10, berarti tidak dapat multikolinearitas. jika nilai (VIF) > 10 maka terdapat multikolinearitas dalam data (Ghozali, 2018:105)

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali,2011) ujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi menjadi ketidaksamaan dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi teradnya heteroskedastisitas dilakukan dengan analisis menggunakan uji glejser yaitu meregres variabel bebas terhadap nilai absolute residualnya (Ghozali,2011). Jika koefisien korelasi semua variabel terhadap residual lebih besar dari 0,5 dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedasitas.

4. Uji Hipotesis

a. Keofisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali,2016) uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas.

Tabel 3. 3 Keofisien Determinasi (R^2)

1	0	Tidak ada kolerasi
2	0 s.d 0,49	Kolerasi lemah
3	0,50	Kolerasi moderat
4	0,51 s.d 0,99	Korelasi kuat

5	1,00	Korelasi sempurna
---	------	-------------------

Sumber : Diolah oleh peneliti (2022)

b. Uji - F (simultan)

Uji F-statistik adalah penentuan dalam memperkirakan nilai sebenarnya, signifikansinya adalah 0,05. kriteria pengujian hipotesis dengan menggunakan statistik F adalah jika nilai signifikansi $F < 0,05$, Adapun ketentuan dari uji f yaitu sebagai berikut (Ghozali,2016) :

1. Jika nilai signifikan $f < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima . artinya semua variabel independent / bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen / terikat.
2. Jika nilai signifikan $f > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_1 artinya, semua variabel independen bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen / terikat.

c. Uji - t (Parsial)

Menurut (Ghozali, 2018) Jika nilai probabilitas signifikan $> 0,05$. Maka hipotesis ditolak. hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai probabilitas signifikan $< 0,05$, hipotesis diterima. hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen