

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Desain penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangka-kan (Sugiyono 2016: 34). Penelitian bertujuan untuk meneliti Pengaruh Kepercayaan (*Trust*) dan *Communication* terhadap *Customer Retention* pada Adikuasa *Photography* di Purbolinggo.

#### **B. Tahapan Penelitian**

##### **1. Teknik Sampling**

Teknik sampling adalah teknik yang dilakukan untuk menentukan sampel. Teknik dalam pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *accidental sampling* yaitu mereka yang dijumpai peneliti di tempat penelitian atau orang-orang yang diketahui pernah menggunakan jasa Adikuasa.

##### a. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen atau pelanggan yang diketahui menggunakan jasa Adikuasa *Photography* baik yang datang secara langsung maupun tidak langsung ke lokasi Studio sebanyak 93 konsumen.

##### b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Populasi itu misalnya penduduk di wilayah tertentu, jumlah pegawai/karyawan pada organisasi tertentu, jumlah mahasiswa tertentu dan sebagainya (Sugiyono, 2016:149). Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling* (Sugiyono, 2016:85). Alasan menggunakan teknik *accidental sampling* adalah guna meningkatkan efektivitas dan ketepatan pengambilan sampel yang benar-benar merupakan konsumen dari Adikuasa *Photography*. Adapun jumlah sampel yang diperoleh pada saat dilakukan penelitian sejumlah 93 responden. Adapun cara pengambilan sampel yang digunakan

menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu dengan cara memberikan surat kesediaan menjadi responden kepada konsumen yang datang untuk menggunakan jasa photography di Adikuasa *Photography* pada saat pelaksanaan penelitian. Jika konsumen bersedia maka selanjutnya diberikan kuisioner yang harus diisi oleh responden. Berdasarkan waktu yang telah ditentukan untuk pelaksanaan penelitian maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 93 responden.

## **2. Tahapan**

Tahapan penelitian mencakup langkah-langkah pelaksanaan penelitian dari awal sampai akhir. Masing-masing Langkah penelitian diuraikan secara rinci sebagai berikut:

### **a. Tahapan Awal**

Tahapan pertama dalam penelitian ini adalah studi pustaka untuk mendapatkan informasi mengenai *Trust* dan *Comunnication* terhadap *Customer Retention* pada Adikuasa *Photography*. Survei lapangan dilaksanakan dengan cara menyebarkan kuisioner pada konsumen Adikuasa *Photography* setelah data tersebut diperoleh maka data tersebut di rekapitulasi dan dianalisa.

### **b. Pengumpulan Data**

Pengumpulan data berdasarkan informasi dari buku-buku, artikel, dokumen, dan lain-lain yang berkaitan dengan permasalahan yang ada serta mempelajari bagaimana literatur yang relevan dengan masalah yang dihadapi, sehingga akan mendukung dan dapat dijadikan sebagai landasan dalam pemecahan masalah. Selain itu literatur juga dimaksudkan untuk mempermudah dalam penilaian dan pengamatan masalah yang dihadapi.

### **c. Tahapan Akhir**

Tahap ini dilanjutkan pada proses penyusunan hasil pengolahan data guna disajikan hasil analisa data dan penyusunan hasil penelitian sampai dengan kesimpulan dan saran.

## **C. Definisi Operasional Variabel**

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2016:38). Adapun variabel dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain (Sugiyono 2016:39). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *trust* (kepercayaan) dan *communication* (komunikasi).

1. Variabel  $X_1$  (*Trust*)

- 1) Definisi Konseptual: *Trust* (Kepercayaan) adalah kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya (Ainurrofiq, 2007:13).
- 2) Definisi Operasional: Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya meliputi indikator (1) integritas, (2) kebaikan hati, (3) kemauan, yang di ukur menggunakan instrumen skala likert dan diberikan kepada konsumen Adikuasa Studio Foto di Lampung Timur.

2. Variabel  $X_2$  (*Communication*)

- 1) Definisi Konseptual: Komunikasi merupakan suatu bentuk menyebarkan informasi, menyampaikan pesan, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pada produk yang ditawarkan perusahaan, dengan indikator: membujuk, merayu, kemauan dan mengingatkan (Sutisna dalam Amir Purba, dkk, 2006: 126).
- 2) Definisi Operasional: Komunikasi merupakan suatu bentuk menyebarkan informasi, menyampaikan pesan, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pada produk yang ditawarkan perusahaan, dengan indikator: membujuk, merayu, kemauan dan mengingatkan meliputi indikator (1) membujuk, (2) merayu, (3) kemauan

dan (4) mengingatkan, yang di ukur menggunakan instrumen skala likert dan diberikan kepada konsumen Adikuasa Studio di Lampung Timur.

2. Variabel terikat ( dependent variabel)

Variabel terikat adalah variabel yang dijelaskan atau yang dipengaruhi oleh variabel independent (Sugiyono 2016:39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah customer retention (Y).

a. Keputusan *customer retention* (Y)

- 1) Definisi Konseptual: *customer retention* merupakan aktifitas penjualan dalam melakukan upaya untuk mengurangi customer yang gagal dipertahankan. Retensi pelanggan dimulai sejak perusahaan pertama kali melakukan kontak dengan pelanggan hingga perusahaan bisa menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Singh dan Khan (2012).
- 2) Definisi Operasional: *customer retention* merupakan aktifitas penjualan dalam melakukan upaya untuk mengurangi customer yang gagal dipertahankan. Retensi pelanggan dimulai sejak perusahaan pertama kali melakukan kontak dengan pelanggan hingga perusahaan bisa menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan meliputi indikator (1) *personality*, (2) *strategi*, (3) *recognition*, dan (4) *responsive* yang diukur menggunakan instrumen skala likert dan diberikan kepada konsumen Adikuasa Studio di Lampung Timur.

**Tabel 4. Kisi-Kisi Kuisisioner**

No.	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
1.	<i>Trust</i> ( $X_1$ )	Integritas	1,2,3,4,5,6,7
		Kebaikan hati	8,9,10,11,12,13
		Kemauan	14,15,16,17,18,19,20
2.	<i>Communication</i> ( $X_2$ )	Membujuk	1,2,3,4,5
		Merayu	6,7,8,9,10
		Kemauan	11,12,13,14,15
		Mengingatnkan	16,17,18,19,20
No.	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
3.	<i>Customer</i>	<i>Personality</i>	1,2,3,4,5,

	<i>Retention (Y)</i>	<i>Strategi</i>	6,7,8,9,10
		<i>Recognition</i>	11,12,13,14,15
		<i>Responsive</i>	16,17,18,19,20

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer (*Field Research*) merupakan data yang dikumpulkan langsung dari objek yang diteliti. Adapun pengumpulan data primer ini diperoleh dengan cara-cara sebagai berikut:

- a. Observasi

Merupakan pengamatan langsung ke objek yang diteliti dengan mencatat data-data yang berkaitan dengan pemasaran yang dibutuhkan dalam penelitian ini sehingga kita memperoleh gambaran yang sebenarnya.

- b. Wawancara (*interview*)

Mengadakan tanya jawab dengan konsumen Adikuasa *Photography* yang dianggap dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

- c. Kuisisioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Peneliti membagikan kuisisioner kepada responden yakni calon konsumen berupa pertanyaan atau pernyataan tertulis dengan mengembangkan pertanyaan yang menghasilkan setuju-tidak setuju dalam berbagai rentan nilai dan skala yang digunakan untuk mengukur adalah skala dengan interval 1-5.

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Kurang Setuju

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

2. Data sekunder (*Study Pustaka*), data yang diperoleh dari pihak lain dan diolah dari sumber data berupa dokumen-dokumen arsip dan laporan yang relevan dengan penelitian ini. (Sugiyono, 2016: 308).

## E. Instrumen Penelitian

Alat ukur dalam penelitian sering disebut juga dengan instrumen penelitian. Instrumen adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati menggunakan suatu metode.

Instrumen penelitian dibuat berdasarkan ciri-ciri yang diukur dan berdasarkan teori yang ada. Peneliti akan menggunakan beberapa metode atau cara untuk memperoleh data atau informasi sebanyak-banyaknya tentang suatu masalah yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini sebagai metode pokok peneliti menggunakan metode kuesioner atau angket dan metode observasi sebagai metode bantu.

### 1. Jenis instrumen

Penelitian ini menggunakan angket tertutup, yaitu angket yang sudah disediakan jawabannya. Kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang dapat digunakan untuk memperoleh informasi responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan cara pemberian seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang kemudian dijawab oleh responden.

### 2. Alternatif dan Skoring

Angket skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial Angket atau kuesioner terdiri atas pernyataan dengan 5 alternatif jawaban, yaitu:

STS= Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

CS = Cukup Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Jawaban setiap item instrumen menggunakan skala *Likert* dimana responden diberi alternatif-alternatif jawaban yaitu 5 (lima) alternatif pilihan dengan diberikan skor rentangan dari angka 1 sampai dengan 5. Adapun pemberian skor berupa angka pada jawaban pernyataan untuk memperoleh data kuantitatif pengujian hipotesis sebagai berikut:

### Tabel 5. Kriteria Skor Instrumen

Alternatif Jawaban	Skor Positif	Skor negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Cukup Setuju	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Pengujian Persyaratan Instrumen

#### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui instrument benar-benar mengukur hal yang akan diukur. Instrumen penelitian yang memiliki validitas yang tinggi maka akan dapat mengukur yang hendak diukur. Dalam pengukuran validitas instrument penelitian ini menggunakan validitas isi dengan cara berkonsultasi kepada para ahli mengenai instrumen, apakah instrument tersebut disetujui para ahli kemudian dilanjutkan dengan validitas kostruk melalui uji coba dan instrument menggunakan sampel yang berjumlah 93 responden yang berbeda. Hasil coba instrument kemudian dianalisis.

Analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif, perlu dilakukan terhadap suatu penelitian untuk memperkuat argumentasi dan logika dalam menjawab dan mengimplementasikan dugaan, analisis ini dilakukan berdasarkan pada data yang dikumpulkan dari daftar pertanyaan (kuisisioner) yang diajukan kepada sample, dan dihitung menggunakan rumus korelasi *Product Moment* (Sugiyono, 2016: 45).

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana :

r = koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n = banyaknya sampel

X = skor tiap item

Y = skor total variabel

$\sum x$  = jumlah skor item

$\sum y$  = jumlah skor total

Setelah nilai korelasi ( $r$ ) diperoleh, kemudian nilai  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dengan dasar pengambilan keputusan adalah valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka alat ukur atau instrument penelitian yang digunakan adalah tidak valid.

### **b. Uji Reliabilitas**

Hasil uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini item atau pernyataan pada kuisioner yang sudah valid, diuji dengan rumus *Alpha Cronbach's* dengan menggunakan program SPSS. Dasar pengambilan keputusan adalah reliabel jika  $\alpha > r_{tabel}$  (0,207).

$$r_{11} = \left( \frac{K}{K-1} \right) \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_{bt}^2} \right]$$

Dimana:

$r_{11}$  : Reliabilitas instrumen/koefisien reliabilitas

$k$  : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$  : Jumlah varians butir

$\sigma_{bt}^2$  : Varians total

## **2. Pengujian Persyaratan Analisis**

### **a. Uji Normalitas**

Uji Normalitas merupakan teknik membangun persamaan garis lurus untuk membuat penafsiran, agar penafsiran tersebut tepat maka persamaan yang digunakan untuk menafsirkan juga harus tepat. Pengujian terhadap normalitas dapat dilakukan dengan uji kolmogorov smirnov.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah :

- 1) Jika nilai probabilitas  $\leq 0.05$ , maka distribusi data adalah normal.
- 2) Jika nilai probabilitas  $> 0.05$ , maka distribusi data adalah tidak normal.

### **b. Uji Linieritas**

Setelah data yang diperoleh sudah normal selanjutnya diuji dengan uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikansi. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas adalah

- 1) Jika nilai probabilitas  $\leq 0.05$ , maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linier.

- 2) Jika nilai probabilitas > 0.05, maka hubungan antara variabel X dan Y adalah tidak linier.

### c. Uji Homogen

Setelah data diperoleh sudah normal, selanjutnya diuji dengan homogenitas. Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui beberapa varian adalah sama atau tidak asumsi yang mendasari dalam analisis varian adalah varian dari populasi sama. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0.05 maka dapat dikatakan bahwa dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.

## 3. Pengujian Hipotesis

### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel tersebut (Sugiyono 2016: 192). Model regresi merupakan suatu model matematis yang dapat digunakan untuk mengetahui pola pengaruh antara dua variabel atau lebih. Persamaan regresi dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y	= variabel terikat
a	= konstanta
$b_1, b_2,$	= koefisien regresi
$X_1, X_2$	= variabel bebas
e	= error

### b. Uji t (Parsial)

Uji t dilaksanakan untuk mengetahui variabel x yang mana berpengaruh terhadap variabel dependen Y. Uji t menguji signifikansi pengaruh variabel bebas (x) secara parsial terhadap variabel terikat (y) yang dapat dihitung:

$$t_{hitung} = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Dimana:

t : statistik t derajat bebas ke n-2

- $\theta$  : jenjang koefisien
- $n$  : banyaknya pengamatan

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  atau bisa juga dengan memperhatikan signifikansi  $t$  lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau lebih besar 0,05 sehingga ditarik kesimpulan apakah hipotesis ( $H_0$ ) atau hipotesis alternative ( $H_a$ ) tersebut ditolak atau diterima.

Kriteria untuk menerima dan penolakan suatu hipotesis adalah:

- a) Nilai  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.
- b) Nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.

**c. Uji F (Simultan)**

Untuk mengetahui apakah variabel-variabel  $X$  secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel dependent. Uji F membuktikan apakah terdapat minimal satu variabel  $Y$ , uji dirumuskan dengan:

$$F = \frac{\sum(Y - Y_1)^2 / k}{\sum(Y - Y_2)^2 - (\sum X)^2 / (N - k - 1)}$$

Dimana:

- $Y$  : nilai pengamatan
- $Y_1$  : nilai yang ditaksir
- $Y_2$  : nilai rata-rata pengamatan
- $N$  : jumlah sampel
- $K$  : jumlah variabel independent
- $F$  : koefisien determinasi

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  atau bisa juga dengan memperhatikan signifikansi  $F$  lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau signifikansi  $F$  lebih besar dari 0,05.

Kriteria untuk menerima dan penolakan suatu hipotesis adalah:

- a) Nilai  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.
- b) Nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.

#### d. Koefisien Determinan (Uji $R^2$ )

Koefisien determinan ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas (X). Bila nilai  $R^2 = 0$ , maka variasi dari variabel Y tidak dapat dijelaskan sama sekali oleh variabel X. Sedangkan bila nilai  $R^2 = 1$ , maka variasi dari variabel Y secara keseluruhan dapat dijelaskan oleh variabel X. Sehingga baik buruknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh nilai  $R^2$  yang mempunyai nilai antara nol dan satu, perhitungan koefisien determinasi dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = r \times 100\%$$

Dimana:

$R^2$  : koefisien determinan

r : koefisien korelasi

#### G. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik merupakan dugaan atau pernyataan yang perlu diuji kebenarannya. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis penelitian ini adalah:

1.  $H_0: \beta_1 \leq 0$  : *Trust* ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap *customer retention* (Y).  
 $H_a: \beta_1 > 0$ : *Trust* ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention* (Y).
2.  $H_0: \beta_2 \leq 0$ : *Communication* ( $X_3$ ) tidak berpengaruh terhadap *customer retention* (Y).  
 $H_a: \beta_2 > 0$ : *Communication* ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention* (Y).
3.  $H_0: \beta_1, \beta_2 \leq 0$  : *Trust* ( $X_1$ ), *Communication* ( $X_2$ ), tidak ada pengaruh terhadap *customer retention* (Y).  
 $H_a: \beta_1, \beta_2 > 0$ : *Trust* ( $X_1$ ), *Communication* ( $X_2$ ), berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention* (Y).