

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanasi (*explanatory research*), menurut Singarimbun dan Effendi (2006), penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis. Dengan menggunakan skala pengukuran likert, metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Populasi yaitu nasabah Mega Finance Jombang dengan sampel sebanyak 79 responden. Analisis data menggunakan regresi berganda dengan bantuan program SPSS versi 20.0.

3.2. Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini meliputi antara lain :

1. Variabel Bebas (X) :

a. *Customer Satisfaction* (X1)

Adalah perasaan senang atau kecewa seseorang atas perbandingan kinerja jasa atau hasil suatu produk dengan harapan harapannya, dengan indikator sebagai berikut sesuai evaluasi obyek penelitian :

- 1) Merasa senang setelah menggunakan jasa leasing, ungkapan senang nasabah setelah melakukan pengambilan kredit pada bank atau leasing.

- 2) Selalu melakukan pengambilan kredit, keputusan untuk pengambilan kredit di bank atau di leasing.
- 3) Pelayanannya memuaskan, salah satu usaha yang dilakukan perusahaan untuk melayani pelanggan dengan sebaik-baiknya sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.
- 4) Merekomendasikan, memberitahukan kepada seseorang atau lebih bahwa sesuatu yang dapat dipercaya.

b. *Switching Cost (X2)*

Adalah biaya yang dipersepsikan konsumen karena berpindah ke penyedia layanan yang lain yang tidak akan dialami jika konsumen tetap setia dengan penyedia layanan saat ini, dengan indikator sebagai berikut sesuai evaluasi obyek penelitian :

- 1) Bunga kredit besar, harga yang harus dibayar oleh nasabah dalam jumlah besar pada perusahaan pembiayaan atau bank atas fasilitas yang diterima oleh nasabah dalam bentuk pinjaman atau kredit.
- 2) Angsuran tinggi, besarnya pembayaran kredit yang tinggi yang mana dilakukan dengan cara dicicil dalam jangka waktu tertentu dan sudah termasuk angsuran pokok kredit dan bunga
- 3) Uang muka besar, uang muka pembayaran yang besar dari pembeli atas transaksi penjualan secara kredit.

2. Variabel terikat (Y): *CustomerRetention(Y)*

Yaitu loyalitas yang berhubungan dengan perilaku (*behavioural loyalty*) yang diukur berdasarkan perilaku beli konsumen yang ditunjukkan

dengan tingginya frekuensi konsumen membeli suatu produk, dengan indikator sebagai berikut sesuai evaluasi obyek penelitian :

- 1) Pencairan kredit cepat dan tepat waktu, transaksi secara kredit dengan waktu yang cepat dan tepat waktu.
- 2) Kemudahan dalam pembayaran angsuran, fasilitas yang diberikan perusahaan leasing atau bank untuk nasabah dalam hal pembayaran angsuran yang lebih mudah.
- 3) Bonus bagi pelanggan dengan pengambilan kredit lebih dari dua kali, reward yang diberikan perusahaan leasing atau bank kepada pelanggannya yang selalu melakukan pengambilan kredit lebih dari dua kali.

3.3. Instrumen Penelitian

Berikut kisi-kisi instrumen penelitian :

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Item
Customer Satisfaction (X1)	1) Merasa senang setelah menggunakan jasa leasing	a) Saya merasa senang setelah menggunakan jasa PT. Mega Finance Jombang karena jasa pelayanannya yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah
	2) Selalu melakukan pengambilan kredit	b) Saya selalu melakukan pengambilan kredit di PT. Mega Finance Jombang lebih dari dua kali
	3) Pelayanan yang memuaskan	c) Saya memilih menjadi nasabah PT. Mega Finance Jombang karena saya senang dengan pelayanannya yang ramah tamah

Lanjutan Tabel 3.1

	4) Merekomendasikan	d) Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk memilih jasa PT. Mega Finance Jombang
Switching Cost (X2)	1) Bunga kredit besar	a) Apabila saya pindah ke leasing lain yang awalnya menggunakan jasa PT. Mega Finance Jombang maka resiko yang akan saya terima adalah bunga kredit yang besar
	2) Angsuran tinggi	b) Apabila saya pindah ke leasing lain yang awalnya menggunakan jasa PT. Mega Finance Jombang maka resiko yang akan saya terima adalah angsuran yang tinggi
	3) Uang muka besar	c) Apabilasaya pindah ke leasing lain yang awalnya menggunakan jasa PT. Mega Finance Jombang maka resiko yang akan saya terima adalah uang muka yang besar
Customer Retention (Y)	1) Pencairan kredit cepat dan tepat waktu	a) Saya melakukan pengambilan kredit di PT. Mega Finance lebih dari dua kali karena saya puas dengan pelayanannya dalam hal pecairan kredit yang cepat dan tepat waktu
	2) Kemudahan dalam pembayaran angsuran	b) Saya melakukan pengambilan kredit di PT. mega Finance lebih dari dua kali karena saya dimudahkan dalam pembayaran angsuran dengan hanya menghubungi pihak PT. Mega Finance untuk datang kerumah
	3) Bonus bagi pelanggan dengan pengambilan kredit lebih dari dua kali	c) Saya melakukan pengambilan kredit di PT. Mega Finance lebih dari dua kali karena saya senang mendapatkan potongan-potongan bunga pada pengambilan kredit berikutnya

3.4. Skaladan Pengukuran

Pengukuran nilai dari angket ini menggunakan skala likert. Skala likert ini digunakan karena memiliki kemudahan dalam menyusun pertanyaan, memberi skor, serta skor yang lebih tarafnya mudah dibandingkan dengan skor yang lebih rendah. Dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan diuji, pada setiap jawaban akan diberikan skor (Sugiyono, 2007).

Skala likert menggunakan lima tingkatan jawaban yang dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

Tabel 3.2

Instrument Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2007)

Pada penelitian ini responden diharapkan memilih salah satu dari kelima alternatif jawaban yang tersedia, kemudian setiap jawaban yang diberikan akan diberikan nilai tertentu (1, 2, 3, 4, dan 5). Nilai yang diperoleh akan dijumlahkan dan jumlah tersebut menjadi nilai total. Nilai total inilah yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala likert.

3.5. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang akan diteliti (Arikunto, 2006). Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah semua nasabah yang telah menggunakan jasa lebih dari satu kali di Mega *Finance* Jombang sebanyak 368. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian nasabah Mega *Finance* Jombang. Cara untuk menentukan sampel menggunakan rumus Slovin (Umar, 2008) adalah sebagai berikut:

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

Dimana n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran sebesar 10% atau 0,1.

Dengan demikian dapat diketahui jumlah sampel minimal yang digunakan, dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{368}{1 + (368 \times 0,1^2)}$$

$$n = 78,6$$

Berdasarkan perhitungan tersebut pengambilan sampel ditetapkan menjadi 79 nasabah. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah cara *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2007). Dalam hal ini nasabah yang kebetulan ditemui peneliti pada saat penelitian.

3.6. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer adalah data yang diperoleh dengan mengadakan penyebaran angket kepada responden yang telah ditetapkan. Data yang dipergunakan secara langsung dari sumbernya untuk kepentingan penelitian.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur, buku, dan data-data lain yang diperlukan dalam penulisan proposal skripsi ini. Data yang mendukung penelitian dan justifikasi hasil penelitian

3.7. Pengumpulan Data

1. Angket

Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan yang di ajukan pada pihak responden, dalam hal ini nasabah Mega Finance Jombang.

2. Dokumentasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah dokumen sebagai data sekunder.

3.8. Uji Validitas Dan Reliabilitas

1. Uji validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan (kesalahan) suatu instrumen Arikunto (2006: 154). Instrumen yang valid atau tepat dapat digunakan untuk mengukur obyek yang ingin diukur. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur suatu data agar tidak menyimpang dari gambaran

variabel yang dimaksud agar tercapai kevalidannya. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan rumus *Pearson Product Moment*. Perhitungan uji validitas tersebut menggunakan bantuan SPSS versi 16.0. Bila hasil uji kemaknaan untuk r menunjukkan r -hitung $> 0,3$ dinyatakan valid (Sugiyono, 2007). Teknik korelasi product moment, rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\{n(\sum x - (\sum x)^2)\} \{n(\sum y - (\sum y)^2)\}}$$

Dimana : r = korelasi

X = skor item X

Y = total item Y

n = banyaknya sampel dalam penelitian

Nilai dari validitas tersebut diukur dengan korelasi *product moment* dimana r hitung $> 0,3$, maka pernyataan tersebut dianggap valid.

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas

No item	Variable	r hitung	r kritis	Keterangan
1	<i>Customer Satisfaction (X₁)</i>	0.819	0,3	valid
2		0.892	0,3	valid
3		0.681	0,3	valid
4		0.437	0,3	valid
1	<i>Switching Cost (X₂)</i>	0.871	0,3	valid
2		0.938	0,3	valid
3		0.837	0,3	valid
1	<i>Customer Retention (Y)</i>	0.684	0,3	valid
2		0.853	0,3	valid
3		0.744	0,3	valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila:

Hasil ≥ 0.60 = reliabel

Hasil < 0.60 = tidak reliabel

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 3.4 berikut ini:

Tabel 3.4

Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Koefisien α	Keterangan
<i>Customer Satisfaction</i> (X_1)	0,690	0,6	Reliabel
<i>Switching Cost</i> (X_2)	0,857	0,6	Reliabel
<i>Customer Retention</i> (Y)	0,639	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

3.9. Analisis Data

3.8.1. Analisa Deskriptif

Analisa deskriptif digunakan untuk menggambarkan frekuensi masing masing item variabel dengan skala pengukuran satu sampai lima, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Rentan Skor} &= \frac{\text{Nilai Skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0,8
 \end{aligned}$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

- 1,0 – 1,8 = Sangat rendah
 - 1,81 - 2,6 = Rendah
 - 2,61 - 3,4 = Cukup
 - 3,41 – 4,2 = Tinggi
 - 4,21 - 5,0 = Sangat Tinggi
- Sumber : (Sudjana, 2005)

3.8.2. Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2007) mengatakan bahwa analisis regresi berganda berguna melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dimanipulasi (dirubah-rubah). Persamaan Regresi Berganda tersebut menggunakan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

- Y = *customer retention*
- a = Konstanta
- b₁ = Koefisien regresi *customer satisfaction*
- b₂ = Koefisien regresi *Switching Cost*
- X₁ = *customer satisfaction*
- X₂ = *Switching Cost*
- € = Standar error

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji model persamaan regresi dengan metode estimasi *Ordinary Least Squares* (OLS). Jika memenuhi semua asumsi klasik maka akan memberikan hasil yang *Best Linier Unbiased Estimator*(BLUE) (Ghozali, 2006), uji asumsi klasik menggunakan bantuan SPSS. Asumsi-asumsi yang digunakan dalam uji asumsi klasik diantaranya adalah :

1) Normalitas Data

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2006). Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- (a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- (b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) Gejala Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti ada dua atau lebih variabel x yang memberikan informasi yang sama tentang variable Y . kalau X_1 dan X_2 berkolinearitas, berarti kedua variabel cukup diwakili satu variable saja. Memakai keduanya merupakan inefisiensi. (Simamora, 2005)

Ada beberapa metode untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, diantaranya :

- (a) Dengan menggunakan antar variabel independen. Misalnya ada empat variabel yang diuji dikorelasikan, hasilnya korelasi antara X1 dan X2 sangat tinggi, dapat disimpulkan bahwa telah terjadi multikolinearitas antara X1 dan X2.
- (b) Disamping itu untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat juga dilihat dari *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance value* $< 0,01$ atau $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas. Dan sebaliknya apabila *tolerance value* $> 0,01$ atau $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2006).

3) Gejala Autokorelasi

Istilah autokorelasi dapat didefinisikan sebagai korelasi antar sesama urutan pengamatan dari waktu ke waktu. Untuk dapat mendeteksi adanya autokorelasi dalam situasi tertentu, biasanya memakai uji *Durbin Watson*, dengan keputusan nilai *durbin watson* diatas nilai d_U dan kurang dari nilai $4-d_U$, $d_U < dw < 4-d_U$ dan dinyatakan tidak ada autokorelasi (Simamora, 2005).

4) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan kepengamatan lain (Ghozali, 2006). Heteroskedastisitas berarti penyebaran titik dan populasi pada bidang regresi tidak konstan gejala ini ditimbulkan dari perubahan-perubahan situasi yang tidak tergambar dalam model regresi. Jika *variance* dan residual satu

pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut sebagai homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas

3.8.4. Pengujian Hipotesis

1) Uji t atau uji parsial

a) Menentukan level signifikansi

b) Mengambil keputusan

- Jika $t_{sig} \leq \alpha = 0,05$, maka hipotesis diterima
- Jika $t_{sig} > \alpha = 0,05$, maka hipotesis ditolak

(Sugiyono, 2007)

2) Uji F atau uji secara simultan

a) Menentukan level signifikansi

b) Mengambil keputusan

- Jika $F_{sig} \leq \alpha = 0,05$, maka hipotesis diterima
- Jika $F_{sig} > \alpha = 0,05$, maka hipotesis ditolak (Sugiyono, 2007).

3.8.5. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variable independen terhadap variabel dependen, maka dihitung koefisien determinasi (Kd) dengan asumsi faktor-faktor lain diluar variabel dianggap konstan/tetap (*ceteris paribus*). Rumus koefisien determinasi (Kd) yaitu :

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

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

r =Koefisien korelasi

Dimana apabila :

$Kd = 0$, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, lemah.

$Kd = 1$, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, kuat

Pengaruh tinggi rendahnya koefisien determinasi tersebut digunakan pedoman yang dikemukakan oleh Guilford yang dikutip oleh Supranto (2001:227) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.5

Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi

Pernyataan	Keterangan
> 4%	Pengaruh Rendah Sekali
5% - 16%	Pengaruh Rendah Tapi Pasti
17% - 49%	Pengaruh Cukup Berarti
50% - 81%	Pengaruh Tinggi atau Kuat
> 80%	Pengaruh Tinggi Sekali

Sumber : Supranto (2001:227)