

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Adapun objek penelitian ini adalah kualitas jasa video dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilaksanakan pada Horizontal Studio Kota Banjar

3.1.1 Sejarah Singkat Horizontal Studio

Horizontal studio ini didirikan pada tahun 2016 oleh Bapak Tedi Herdiadi dan Bapak Roby Afiani. Pada awalnya Horizontal studi ini pada awalnya bertempat di rumah milik bapak Tedy, namun seiring dengan perkembangan usaha yang digelutinya, usaha ini sekarang sudah memiliki tempat usaha sendiri yaitu di Jl. Dipati Ukur No. 109 Kota Banjar. Pada awal pendirian usaha ini, Horizontal Studio belum banyak dikenal oleh masyarakat, rata-rata kunjungan yang memanfaatkan jasa photo dan video shoting berkisar antara 2-3 kunjungan per bulan. Namun usaha ini terus berkembang dan sudah banyak masyarakat yang mengenal dan memanfaatkan jasa tersebut, pada tahun 2018 rata-rata kunjungan mencapai 11 kunjungan.

3.1.2 Aspek Kegiatan Perusahaan

Horizontal Studio merupakan usaha jasa yang menyediakan berbagai macam layanan.

Kegiatan yang dijalankan Horizontal Studio meliputi:

1. Photo Studio
2. Photo Pre Weding
3. Photo Weding
4. Video Pre Wedding
5. Video Wedding
6. Photo Video Even Organizer
7. After Movie
8. Photo dan Video Product

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan salah satu cara yang digunakan penulis guna mendapatkan arah dan tujuan pada penelitian yang akan dilakukan. Metode penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode survey. Metode penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengambilan data pokok.

3.2.1 Variabel dan Operasional Variabel

Menurut Arikunto, Suharsimi (2010:161) “Variabel penelitian adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.”

Adapun variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen (Variabel X): Yaitu variabel yang berdiri sendiri dan tidak bergantung pada variabel lain. Dalam kaitannya dengan masalah yang diteliti, maka yang menjadi variabel independen adalah: kualitas jasa
2. Variabel Dependen (Variabel Y): Yaitu variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah loyalitas pelanggan

Agar variabel-variabel dalam penelitian ini dapat difungsikan, maka variabel penelitian harus dioperasionalkan. Adapun operasionalisasi variabel-variabel penelitian ini diuraikan pada Tabel 3.1

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel dan Indikator Penelitian
“Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas pelanggan”

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
1	2	3	4	5
Kualitas jasa	merupakan tingkat fitur dan karakteristik suatu produk yang diproduksi oleh Horizontal Studio untuk memenuhi kebutuhan konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian bahan 2. Kualitas pelayanan 3. Kualitas produk 	<ul style="list-style-type: none"> - Jasa sesuai standard - Pelayanan baik - Nyaman dengan suasana - Peningkatan Pelayanan - Harga sesuai kualitas - Produk sesuai dengan standar kelayakan - Keindahan - Informasi sesuai dengan kualitas - Warna elegan dan menarik 	
Loyalitas pelanggan	Sebuah sikap yang menjadi dorongan dari konsumen untuk melakukan pembelian produk Horizontal Studio yang dengan membeli secara teratur dan berulang-ulang	<ol style="list-style-type: none"> 1. kesetiaan dalam pembelian produk 2. Ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai perusahaan 3. Merefrensikan secara total eksistensi perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengunjungi tempat - Beralih ke produk jasa video lain - Merekomendasikan orang lain - Mengajak orang lain - Membandingkan dulu jasa video lainnya - Memanfaatkan secara berulang - Melakukan komplain - Bangga menggunakan produk 	

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.2.1 Jenis Data dan Sumber Data

a) Data primer:

Data yang diperoleh dari objek penelitian baik dari Horizontal Studio maupun responden atau konsumen.

b) Data sekunder:

Data yang diolah pihak lain yang diperoleh dari lembaga atau instansi yang berhubungan dengan objek penelitian atau data yang sudah tersedia di Horizontal studio.

3.2.2.2 Populasi Sasaran

Menurut Winarno Surakhmad (2001:108): “Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Ini berarti apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi.” Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen lama Horizontal Studio dari bulan Januari sampai September 2019 yang berjumlah 60 orang.

3.2.2.3 Penentuan Sampel

Menurut Asep Hermawan (2009:147) sampel merupakan suatu bagian dari populasi, hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi merupakan sampel dengan mengambil sampel peneliti ingin menarik kesimpulan yang akan digeneralisasi terhadap populasi.

3.2.2.4 Teknik *Sampling*

Pengertian teknik *sampling* menurut Sugiyono (2012:54) adalah: “Teknik *sampling* adalah merupakan teknik pengambilan sampel” (Sugiyono, 2012: 56).

Pengertian teknik *sampling* menurut Margono (2004) adalah: “Teknik *sampling* adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif”.

Menurut Ghazali (2008:54), beberapa langkah yang harus diperhatikan peneliti dalam menentukan sampel, yaitu:

1. Menentukan populasi.
2. Mencari data akurat unit populasi.
3. Memilih sampel yang representatif.
4. Menentukan jumlah sampel yang memadai.

Dan dalam penelitian ini penulis akan menggunakan teknik *Purposive Sampling*, dengan kriteria responden yakni pelanggan Horizontal Studio Kota Banjar pada periode bulan November dan Desember dengan estimasi 60 orang dengan kriteria sebagai berikut:

1. Pelanggan yang berusia dewasa (lebih dari 18 tahun)
2. Bersedia menjadi responden
3. Mampu menulis dan membaca

3.2.2.5 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengambilan data untuk penelitian ini adalah:

a) Wawancara

Pengumpulan data dengan cara melakukan komunikasi dengan pihak manajemen perusahaan atau pelanggan untuk mendapatkan data secara lebih mendalam. Melalui wawancara ini dapat diperoleh informasi tambahan yang tidak terjaring lewat tahap observasi.

b) Kuesioner

Merupakan daftar yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan permasalahan yang akan di teliti. Kuesioner ini diberikan kepada responden, yaitu pelanggan Horizontal Studio Kota Banjar. Kuesioner yang disebarakan dibuat dengan sistem tertutup artinya tanggapan untuk setiap pertanyaan telah di sediakan dan responden hanya memberikan tanda ceklis (√) pada kolom tanggapan sesuai dengan pendapat mereka masing-masing.

Menentukan skala atau bobot dan masing-masing *alternative* jawaban digunakan Skala Likert menurut Sugiyono, (2012: 111) yaitu pemberian skor terhadap *alternative* jawaban yang terdapat di dalam kuesioner pada table berikut:

Tabel 3.2.2
Pemberian Skor Nilai dan Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban

Jawaban	Positif	Negatif	Predikat
Sangat Setuju	5	1	Sangat Tinggi
Setuju	4	2	Tinggi
Ragu-ragu	3	3	Sedang
Tidak Setuju	2	4	Rendah
Sangat Tidak Setuju	1	5	Sangat Rendah

3.2.2.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah data yang diperlukan telah diperoleh, data tersebut dikumpulkan untuk kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuesioner yang telah disebarakan.

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Suliyanto, 2009:47).

Kriteria pengujian validitas

Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap valid, dapat dilakukan dengan cara : Nilai $p \leq \alpha$ (Santoso, 2000)

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan istilah yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil hasil pengukuran dapat dipercaya (Suliyanto, 2009:47).

Kriteria pengujian reliabilitas

Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap reliabel, dapat dilakukan dengan cara :

Jika r -alpha positif dan r -alpha $>$ r -tabel (α ; $n-2$) n = jumlah sampel (Santoso, 2000)

Adapun tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas sebagai berikut :

Tabel 3.2
Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas

No	Interval	Kriteria
1.	$< 0,200$	Sangat Rendah
2.	$0,200 - 0,399$	Rendah
3.	$0,400 - 0,599$	Cukup
4.	$0,600 - 0,799$	Tinggi
5.	$0,800 - 1,000$	Sangat Tinggi

(Sumber : Arikunto, 1997)

Untuk mempermudah perhitungan, uji validitas dan uji reliabilitas akan menggunakan program SPSS for Windows Versi 17.

3.3 Model Penelitian

Paradigma dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu



Gambar 3.3 Model Penelitian

3.4 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian ini, kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik untuk mengetahui kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan.

3.4.2 Analisis Terhadap Kuesioner

Teknik pertimbangan data dengan analisis deskriptif, dimana data yang dikumpulkan dan diringkas pada hal-hal yang berkaitan dengan data tersebut seperti: Frekuensi, mean, standar deviasi maupun rangkingnya. Untuk menentukan pembobotan jawaban responden dilakukan dengan menggunakan *skala Likert* untuk jenis pernyataan tertutup yang berskala normal. Sikap-sikap pernyataan tersebut memperlihatkan pendapat positif atau negatif.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.3
Formasi Nilai, Notasi & Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Positif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat Setuju	SS	Sangat Tinggi
4	Setuju	S	Tinggi
3	Ragu-ragu	RR	Sedang
2	Tidak Setuju	TS	Rendah
1	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Rendah

Tabel 3.4
Formasi Nilai, Notasi & Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Negatif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Tinggi
4	Tidak Setuju	TS	Tinggi
3	Ragu-ragu	RR	Sedang
2	Setuju	S	Rendah
1	Sangat Setuju	SS	Sangat Rendah

3.4.3 Metode *Successive Interval*

Untuk melakukan analisis dalam penelitian ini digunakan *Metode Successive Interval*. Menurut Al-Rasyid (1994:12), menyatakan bahwa skala *likert* jenis ordinal hanya menunjukkan peringkat saja. Oleh karena itu, variabel yang berskala ordinal terlebih dahulu ditransformasikan menjadi data yang berskala interval. Adapun langkah kerja *method of successive interval* adalah sebagai berikut:

- a. Perhatikan F (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan respon yang ada)
- b. Bagi setiap bilangan pada F (frekuensi) oleh n (jumlah sampel), sehingga diperoleh $P_i = F_i/n$
- c. Jumlahkan P (proporsi) secara berurutan untuk setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif ($P_{ki} = \sum_{j=1}^i P_j$).
- d. Proporsi komulatif (Pk) dianggap mengikuti distribusi normal baku, sehingga kita bisa menemukan nilai Z untuk setiap kategori.
- e. Hitung SV (scala value = nilai skala), dengan rumus :

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{Area under upper limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Nilai-nilai untuk density diperoleh dari tabel ordinal distribusi normal baku.

- f. SV (Skala Value) yang nilainya terkecil (Inovasi Produk negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan satu (=1)

$$\text{Transformed SV} \longrightarrow Y = SV + |SV_{\min}|$$

3.4.4 Analisis Data

Dalam pengolahan data penelitian ini digunakan software SPSS 20.0 dengan analisis statistik sebagai berikut:

- a. Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linear adalah analisis regresi dengan struktur data yang merupakan analisis regresi. Umumnya pendugaan parameter dalam analisis regresi linear dengan data *cross section* dilakukan menggunakan pendugaan metode kuadrat terkecil. Mengukur kualitas jasa (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) secara digunakan regresi linear sederhana dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2011):

$$Y = a + \beta X$$

Dimana:

Y	= loyalitas pelanggan
α	= Konstanta
β	= koefisiensi regresi
X	= Kualiatas jasa

- b. Koefisiensi Determinasi

Koefisiensi determinasi merupakan pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.” “Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2012).

Mengukur kontribusi digunakan rumus: $KD = r^2 \times 100\%$

Keterangan:

KD = Nilai koefisien (kontribusi antar variabel)

r^2 = Nilai koefisien korelasi

Untuk memudahkan dalam perhitungan, penulis menggunakan *computer* berupa software program *SPSS (Statistical Product and Service Solution) Windows* versi 20.

c. Koefesiensi Non Determinasi

Yaitu untuk mengetahui besarnya persentasi (%) pengaruh faktor lain di luar variabel X terhadap variabel Y. Rumus yang digunakan disini adalah:

$$Knd = (1 - r^2) \times 100\%$$

Keterangan:

Knd = Koefisien non determinasi

r = koefisien determinasi

3.4.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis antara kualitas terhadap loyalitas pelanggan sebagai berikut:

$H_{01}: \rho = 0$: Tidak terdapat pengaruh antara kualitas terhadap loyalitas pelanggan.

$H_{a1}: \rho \neq 0$: Terdapat pengaruh antara kualitas terhadap loyalitas pelanggan.

Penentuan tingkat kepercayaan dengan standar error (α) yang digunakan adalah sebesar 5%, dengan demikian tingkat kepercayaan atau *convident interval* sebesar 95%.