

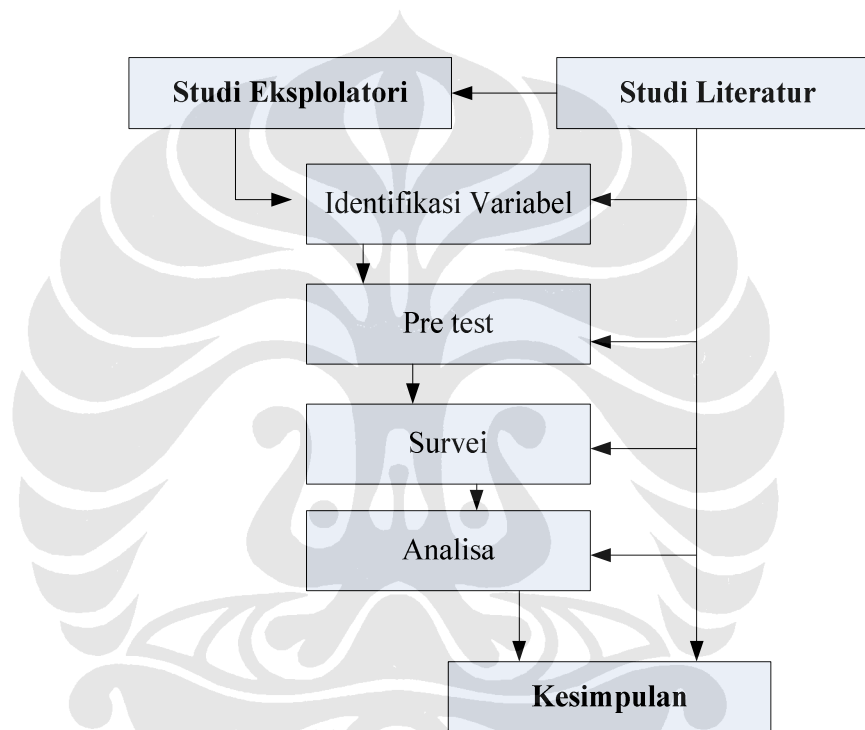
BAB III

Metodologi Penelitian

3.1. Desain Penelitian

Desain riset dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 3.1
Desain Penelitian



Penelitian ini diawali dengan studi literatur terhadap teori dan model yang menjadi dasar penelitian ini dan bagaimana penelitian sebelumnya tentang teori ini. Tahapan selanjutnya dari penelitian ini adalah studi eksploratori. Studi ini bertujuan untuk mengambil atau merangkum keyakinan yang ada di konsumen untuk bisa menentukan penyusunan pengukuran variabel-variabel yang ingin diteliti dalam penelitian ini.

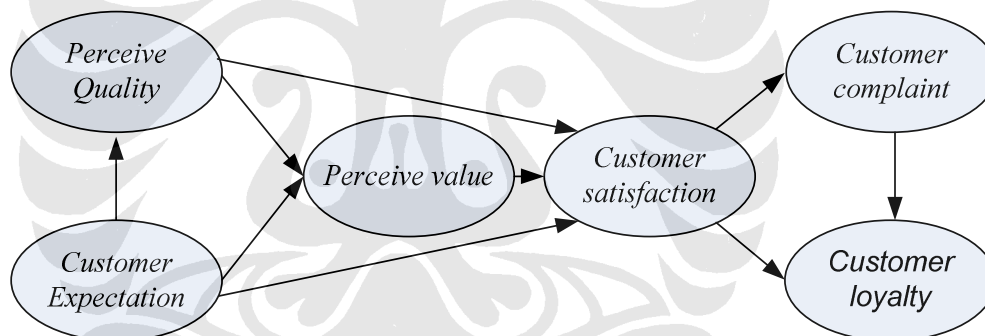
Setelah dilakukan studi eksploratori, maka identifikasi variabel dan penyusunan pengukurannya dapat dilakukan. Dalam studi eksploratori juga dilakukan *pretest* untuk

mendapatkan variabel penelitian yang dapat dijadikan alat ukur untuk mengukur keseluruhan sampel. Tahapan selanjutnya yaitu melakukan survei untuk mendapatkan data yang nantinya akan dianalisis dalam penelitian ini. Setelah survei dilakukan maka dilanjutkan dengan analisis, yang nantinya dari hasil analisis tersebut dapat ditarik kesimpulan.

3.2. Pendekatan Model dan Hipotesis Penelitian

Berikut ini adalah gambar model yang dipakai dalam penelitian ini. Model tersebut digunakan dalam mengukur tingkat loyalitas konsumen terhadap produk *bundles* pada kasus *handphone* CDMA.

Gambar 3.2
Model penelitian



Sumber; *The American Customer Satisfaction Framework*

Model tersebut merupakan model dari konstruk yang akan diukur. Kemudian pada tiap konstruk tersebut terdapat minimal 3 indikator atau variabel teramati. Variabel teramati ini semuanya bersifat *reflektif*. Hal ini dikarenakan karena variabel-variabel teramati tersebut dipandang sebagai indikator-indikator yang dipengaruhi oleh konsep yang sama dan yang mendasarinya (yaitu konstruk).

Maka hipotesis yang digunakan adalah :

1. Hubungan *perceive value* dengan *customer expectation*
H0 : *Perceive value* tidak berpengaruh terhadap *customer expectation*
H1 : *Perceive value* berpengaruh terhadap *customer expectation*
2. Hubungan *perceive quality* dengan *customer expectation*
H0 : *Perceive quality* tidak berpengaruh terhadap *customer expectation*
H1 : Ada hubungan *perceive quality* dengan *customer expectation*
3. Hubungan *Customer satisfaction* dengan *Customer expectation*
H0 : *Customer satisfaction* tidak berpengaruh terhadap *customer expectation*
H1 : *Customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer expectation*
4. Hubungan *perceive quality* dengan *perceive value*
H0 : *Perceive quality* tidak berpengaruh terhadap *perceive value*
H1 : *Perceive quality* berpengaruh terhadap *perceive value*
5. Hubungan *perceive quality* dengan *perceive value*
H0 : *Perceive quality* tidak berpengaruh terhadap *perceive value*
H1 : *Perceive quality* berpengaruh terhadap *perceive value*
6. Hubungan *customer satisfaction* dengan *customer loyalty*
H0 : *Customer satisfaction* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty*
H1 : *Customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty*
7. Hubungan *customer satisfaction* dengan *customer complaint*
H0 : *Customer satisfaction* tidak berpengaruh terhadap *customer complaint*
H1 : *Customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer complaint*
8. Hubungan *perceive value* dan *customer satisfaction*;
Ho = *Perceive value* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction*
H1 = *Perceive value* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*

9. Hubungan *customer loyalty* dan *customer complaint*

Ho = *Customer loyalty* tidak berpengaruh terhadap *customer complaint*

H1 = *Customer loyalty* berpengaruh terhadap *customer complaint*

3.3. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini adalah deskriptif dan *confirmatory*. Penelitian ini ditujukan untuk melakukan evaluasi dan mengkonfirmasi model yang sudah dibangun dalam penelitian sebelumnya.

Berbagai macam definisi tentang penelitian deskriptif, di antaranya adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2003). Pendapat lain mengatakan bahwa, penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan (Suharsimi Arikunto, 2005). Dengan demikian tujuan peneliti melakukan penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat penjelasan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.

Namun demikian, dalam perkembangannya selain menjelaskan tentang situasi atau kejadian yang sudah berlangsung sebuah penelitian deskriptif juga dirancang untuk memberikan komparasi maupun untuk mengetahui hubungan atas satu variabel kepada variabel lain. Karena itu pula penelitian *confirmatory* yang berupa penelitian komparasi dan korelasi juga dimasukkan dalam penelitian ini (Suharsimi Arikunto, 2005).

3.4. Ruang Lingkup Penelitian

3.4.1. Ukuran dan Metode Pengambilan Sampel

Untuk mengumpulkan informasi dan data sebagai materi pendahuluan dan pengolahan data agar lebih akurat dan valid, maka penelitian ini akan menggunakan dua metode pengumpulan data yang umum digunakan, yang terdiri dari:

a. Data Primer

Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner langsung kepada responden untuk mengetahui lebih jauh tentang efektifitas strategi *product bundling*.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data dari pihak lain yang tidak diolah oleh si peneliti secara langsung misalnya, data dari website ESIA, Huawei, dan sumber-sumber sekunder lainnya.

Metode Sampling

Metode sampling yang digunakan penulis adalah *nonprobability sampling*, dan jenis *nonprobability sampling* yang digunakan penulis adalah *convenience sampling*. Sedangkan, jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 177 orang. Tetapi, jumlah kuesioner yang akan disebar berjumlah 223 buah jika ternyata ada kuesioner yang tidak kembali, tidak terjawab lengkap, tidak terbaca, atau tidak lengkap. Di akhir survei, responden akan diminta untuk melengkapi beberapa informasi demografis.

3.4.2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah *handphone* CDMA (*Code Division Multiple Access*) tipe Huawei C2801 yang dijual *bundle* dengan *starter pack* esia (nomor perdana). Alasan peneliti mengambil objek *handphone* CDMA dikarenakan program yang dilakukan oleh produsen HP CDMA Huawei dan esia sangat banyak dilakukan.

3.5. Metode Analisis dan Pengolahan Data

3.5.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2006, p. 21).

Dalam statistik deskriptif ini, akan disajikan data, dengan tabel biasa maupun distribusi frekwensi; penjelasan kelompok melalui modus; median; mean; dan variasi kelompok melalui rentang dan simpangan baku.

3.5.2 Analisis Faktor

Faktor analisis adalah tehnik statistik *multivariate* yang digunakan untuk meringkas banyak informasi yang dimiliki sejumlah variable sehingga menjadi beberapa faktor atau unsur yang lebih sedikit (Joseph F. Hair, 2003). Tujuan dari analisis faktor adalah untuk menyederhanakan data yang akan diolah. Namun, dengan faktor analisis, nantinya tidak ada perbedaan antara variable dependen dan variabel independen. Oleh karena itu dalam analisis ini seluruh variabel yang sedang diteliti dianalisis secara bersama-sama untuk mendapatkan beberapa faktor saja.

Tujuan statistik dari faktor analisis adalah untuk menentukan apakah ada hubungan atau kombinasi linier dari beberapa variabel yang diteliti. Dengan demikian peneliti akan sangat terbantu dalam hal meringkas data dan melakukan identifikasi terhadap hubungan antar variabel.

Interpretasi dari faktor analisis adalah nilai dari *factor loadings* (muatan faktor). *Factor loading* adalah korelasi antara variabel yang asli (sebelum dilakukan faktor analisis) terhadap faktor yang di buat dalam faktor analisis. Setiap *factor loading* merupakan ukuran penting atau tidaknya mengukur setiap variabel dalam setiap faktor.

Hal lain yang harus diperhatikan dalam analisis ini adalah mengenai jumlah faktor yang akan dipakai dalam penelitian. Menentukan jumlah faktor merupakan proses yang sangat rumit. Hal yang penting dalam menentukan berapa jumlah faktor adalah dengan memperhatikan persentase dari variasi data asli yang dijelaskan oleh setiap faktor.

3.5.2 Analisis GLM (*Generalized Linier Model*) dan Regresi Linier

3.5.2.1 Regresi Linier

Dalam analisis regresi linier ini akan digunakan analisis *bivariate regression*. Analisis *bivariate regression* merupakan tehnik statistik yang digunakan untuk mencari hubungan antara variable independen dan variable dependen, dan mengkombinasikan hubungan tersebut dengan formula atau fungsi linier yang digunakan untuk melakukan prediksi terhadap model tersebut. Fungsi linier tersebut secara umum adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X + \varepsilon$$

Dengan:

α = Konstanta

β = *Intercept*

ε = error

X = variabel independen

Y = variabel dependen

Sebuah persamaan regresi dibuat untuk memprediksi nilai dari Y. Namun, dalam pengukurannya regresi linier menggunakan beberapa asumsi;

- a) variabel yang diukur merupakan variabel interval atau skala rasio (kecuali dalam variabel *dummy*)
- b) Seluruh variabel merupakan *bivariate normal population*
- c) Kesalahan (*error*) dalam membuat prediksi adalah bersifat normal dan terdistribusi secara independen

Dalam *bivariate regression analysis*, jumlah variabel independen dan variabel dependennya hanya satu. Jika variabel independen dan variabel dependennya lebih dari satu maka hal tersebut termasuk dalam *multiple* dan *multivariate regression*.

Beberapa tahapan dalam analisis regresi adalah sebagai berikut:

- a) Menentukan, apakah ada hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Hal ini dapat terlihat dari nilai $\text{sig} < \alpha$.
- b) Mencari kekuatan dari hubungan tersebut. Dalam output analisis regresi terdapat *coefficient of determination*, atau r^2 . *Coefficient of determination* menjelaskan jumlah variasi antara variabel dependen dengan variabel independen. Sehingga *coefficient of determination*, atau r^2 ini memberikan informasi mengenai berapa persen dari total variasi variabel dependen yang dapat menjelaskan variabel independen. Nilai r^2 berkisar antara 0,00 sampai 1.

3.5.2.2 Analisis GLM (*Generalized Linier Model*)

Bagian ini digunakan sebagai alat analisis untuk menguji hipotesis *generalized linier model*, model yang didalamnya termasuk seluruh variansi korelasi dan regresi (termasuk *multiple regression*), analisis *variance* dan *covariance* (ANOVA dan

ANCOVA), dan t tes untuk beberapa kelompok *means* (Horton, 1978). Analisis ini banyak digunakan dalam penelitian sosial dan perilaku yang dapat di uji dalam *generalized linier model*.

Dalam penelitian yang menggunakan *generalized linier model*, peneliti membuat sejumlah pertanyaan yang secara rasional dapat memberikan efek pada bagian-bagian dari variabel penelitian.

Model penelitian yang dipakai merupakan model *linier*. Model ini merupakan gabungan dari beberapa konstruk yang berhubungan satu sama lain. Hubungan tersebut merupakan hubungan dari satu variabel dependen terhadap satu variabel independen dan beberapa variabel dependen terhadap satu variabel independen.

Analisis GLM (*Generalized Linier Model*) digunakan untuk melakukan analisis terhadap hubungan antara satu variabel independen dengan beberapa variabel dependen. Analisis ini juga dapat juga disebut sebagai *multiple linier regression*.

Metode analisis lainnya adalah *factor analysis*. Metode *factor analysis* digunakan untuk mengelompokkan beberapa variabel yang cenderung sama ke dalam satu variabel supaya mudah dianalisa. Hubungan antara variabel yang terkait diperiksa dan diwakili dalam beberapa faktor dasar.

Untuk mengolah data primer, untuk menyajikan analisis deskriptif, penulis akan menggunakan program pengolahan data statistik SPSS versi 16. Analisis yang digunakan di dalam program tersebut adalah *descriptive statistic* untuk menyajikan hasil survei melalui bentuk distribusi frekuensi dan persentase dari profil responden.