

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan pada judul penelitian ini, yaitu “Pengaruh *Brand Image* Dan Harga Paket Internet Terhadap Loyalitas Pengguna Kartu Telkomsel (Studi Kasus pada Pengguna Kartu Telkomsel di Kabupaten Kebumen”, maka penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.

Pendekatan kuantitatif melibatkan data numerik (angka) yang diolah secara statistik untuk dianalisis. Dalam penelitian yang menggunakan rumus-rumus statistik (dalam konteks pengujian hipotesis), pendekatan kuantitatif digunakan untuk menarik kesimpulan berdasarkan probabilitas kesalahan yang menolak hipotesis nol. Biasanya, teknik kuantitatif digunakan dalam penelitian dengan contoh yang sangat besar.¹

Metode survei sosial seperti wawancara terstruktur dan kuesioner yang diberikan, eksperimen, observasi terstruktur, analisis konten, analisis statistik resmi, dan lainnya sangat terkait dengan penelitian kuantitatif. Fokus penelitian kuantitatif berkaitan dengan sebab akibat, pengukuran, generalisasi dan sebagainya yang dapat dilacak kembali pada akar-akar ilmu pengetahuannya.²

¹ Saifuddin Azwar (2012). *Metode....* hal.5.

² Ibid.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian ini merupakan desain penelitian konklusif dengan bentuk penelitian kausal. Penelitian kausal merupakan penelitian yang berdasarkan pada kejadian sebab akibat. Dalam konteks penelitian, maka kesesuaian atas sebab akibat, satu variabel selalu harus menjadi alasan bagi munculnya variabel yang lain, dan tidak ada variabel yang lain yang memiliki dampak sebab akibat yang sama.³

Menurut Santoso dan Tjiptono penelitian kausal digunakan untuk memahami variabel independen dan variabel dependen dari suatu kejadian serta menentukan karakteristik hubungan antara variabel kausal dan dampak prediksinya.⁴ Variabel independen dalam penelitian ini adalah *brand image* dan harga paket internet, sedangkan variabel dependen adalah loyalitas pengguna Kartu Telkomsel.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian kuantitatif sangat berkaitan dengan populasi dan sampel serta teknik *sampling*. Sehingga, dapat ditentukan siapa yang menjadi subjek penelitian dan jumlah subjek penelitian. Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang akan diteliti. Sampel merupakan bagian dari populasi,

³ Muhamad (2019). *Metodologi*.... hal. 93-94

⁴ Ibid., hal. 94.

sehingga penelitian hanya menggunakan sebagian sampel dari populasi atau disebut studi *sampling*.⁵

Penelitian ini dengan metode *Purposive Sampling*, yaitu pengambilan sampel yang dilakukan dengan menentukan kriteria tertentu terhadap sampel penelitian.⁶ Adapun syarat menjadi responden dalam penelitian ini adalah:

1. Telah berumur minimal 13 tahun (L/P)
2. Pengguna aktif kartu Telkomsel di Kabupaten Kebumen
3. Lama penggunaan minimal 1 tahun

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *Non Probability Sampling*. Teknik *Non Probability Sampling* merupakan teknik yang tidak memberi kesempatan yang sama untuk dijadikan responden penelitian.⁷ Teknik pengambilan tersebut digunakan dengan pertimbangan keterbatasan waktu, dana dan tenaga maka tidak mungkin semua mendapat peluang sebagai sampel penelitian ini.

Pengambilan jumlah sampel dari jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya dan tidak mengambil keseluruhan karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Adapun jumlah sampel pada penelitian ini ditetapkan menurut rumus Green bahwa: ⁸

$$N > 50 + 8 - m$$

⁵ Rahmadi (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Kalimantan Selatan : Antasari Press, hal.62

⁶ Ibid., hal.65.

⁷ Muhamad (2019). *Metodologi....*hal. 173.

⁸ Indra Nanda Putra Lasaib dan Emma Julianti (2019). *Pengaruh Citra....* hlm.166.

Keterangan :

N : jumlah sampel

-m : jumlah variabel bebas (*independent*)

Jadi, sekurang-kurangnya responden dalam penelitian ini adalah 66 responden, namun peneliti menggenapkan jumlahnya menjadi 100 responden dengan argumen keterbatasan dana, waktu, dan tenaga.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Kuesioner. Angket (*questionnaire*) merupakan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk bersedia memberikan jawaban sesuai petunjuk yang ada.⁹

Terdapat beberapa komponen dalam angket misalnya petunjuk pengisian, bagian identitas responden (nama, alamat, jenis kelamin, usia, dan identitas lainnya), dan susunan pertanyaan secara sistematis.¹⁰ Penelitian ini menggunakan angket tertutup, artinya jawaban atas pertanyaan/ pernyataan telah ditentukan, responden bebas menjawab melalui alternatif jawaban.¹¹

Adapun skala pengukuran menggunakan skala likert, yaitu skala pengukuran atas pandangan responden baik pribadi atau sekelompok orang

⁹ Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Soebani (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*. Bandung: CV Pustaka Setia, hal. 214.

¹⁰ Rahmadi (2011). *Pengantar Metodologi...* hal.84.

¹¹ Kumba Digidowiseiso (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta Selatan: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional, hal. 60.

terhadap pernyataan dari peneliti. Penyebaran kuesioner untuk mengukur persepsi responden menyediakan 5 alternatif jawaban, yaitu SS, S, N, TS, STS.

Penskoran jawaban sebagai berikut:¹²

1. Sangat Setuju (SS) = 5
2. Setuju (S) = 4
3. Netral (N) = 3
4. Tidak Setuju (TS) = 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengolah data hasil proses penelitian menjadi informasi untuk bahan pengambilan keputusan. Analisis data penelitian berupa informasi, pengelompokan hasil sampai membuat kesimpulan penelitian.¹³ Teknik analisis dengan analisis regresi digunakan untuk memprediksi pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain dan mengetahui jenis hubungan tersebut.¹⁴ Sedangkan alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, untuk sebuah variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen.

¹² Ibid., hal. 60-61.

¹³ Syafrida Hafni Sahir (2021). *Metodologi Penelitian....* hal. 37.

¹⁴ Syafrida Hafni Sahir (2021). *Metodologi Penelitian....* hal. 51.

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas¹⁵

Uji validitas merupakan uji instrumen data yang bertujuan untuk mengukur seberapa teliti suatu data. Data disebut valid jika terdapat hubungan yang signifikan dengan skor totalnya. Hal tersebut biasanya data berupa pernyataan atau pertanyaan dalam bentuk kuesioner. Uji validitas ini dilakukan dengan metode korelasi Pearson. Adapun ketentuan uji validitas adalah:

1) Apabila tingkat signifikansi $< 0,05$ maka data berhubungan signifikan atau data valid. Jika tingkat signifikansi $> 0,05$ maka data tidak valid.

2) Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data disebut valid. Apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka data disebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas¹⁶

Uji reliabilitas merupakan lanjutan uji validitas data, sehingga data yang masuk merupakan data yang valid saja. Uji reliabilitas merupakan uji instrumen data yang bertujuan untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak dengan maksimal nilai 0,6. Berdasarkan ketentuan Cronbach Alpha bahwa jika nilai Cronbach Alpha $> 0,6$ maka instrumen disebut reliabel.

¹⁵ Rochmat Aldy Purnomo (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV. WADE Group, hal. 65.

¹⁶ Ibid., hal. 79.

2. Uji Asumsi Klasik Regresi

a. Uji normalitas

Uji normalitas merupakan uji model regresi untuk mengukur nilai residual normal atau tidak. Dalam uji normalitas tersedia grafik Normal P-P *Plot of regression* untuk melihat penyebaran data. Apabila titik-titik menyebar sekitar garis diagonal dan mengikutinya maka disebut nilai normal. Dalam model regresi yang baik maka nilai residual tersebar dengan normal.¹⁷ Uji normalitas dilakukan dengan pendekatan Kolmogrov- Smirnov dengan ketentuan dalam uji statistik dan analisis grafik pada model regresi yang baik adalah:¹⁸

- 1) Jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka hipotesis diterima karena data menyebar secara normal
- 2) Jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka hipotesis ditolak karena data tidak menyebar secara normal

b. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji regresi pada varian residual yang berbeda pada pengamatan satu dengan yang lainnya. Regresi akan baik jika tidak terdapat heteroskedastisitas.¹⁹ Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Glejser dengan syarat jika

¹⁷ Rochmat Aldy Purnomo (2016). *Analisis Statistik*hal. 174.

¹⁸ Syafrida Hafni Sahir (2021). *Metodologi Penelitian....* hal. 69.

¹⁹ Ibid., hal. 176-177.

nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.²⁰ Uji heteroskedastisitas juga dilakukan dengan *Scatterplot*, dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika hasil pola dengan bentuk tertentu, seperti bergelombang, melebar, menyempit, maka artinya ada heteroskedastisitas
- 2) Jika pola yang terbentuk tidak jelas, seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka artinya tidak ada heteroskedastisitas.

c. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengecek ada atau tidaknya hubungan yang tinggi antara variabel independen.²¹ Uji multikolinearitas merupakan uji regresi pada variabel independen yang lebih dari satu (ganda) terhadap variabel dependen. Regresi yang baik tidak boleh ada korelasi mendekati sempurna terhadap variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan pendekatan VIF (*Variance Inflation Factor*) dan melihat nilai *Tolerance*. Berikut cara mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas :²²

- 1) Cek nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*
- 2) Jika $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$ maka tidak terjadi multikolinearitas

²⁰ Rochmat Aldy Purnomo (2016). *Analisis Statistik*hal.131.

²¹ Ibid., hal. 70.

²² Ibid., hal. 175.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan pengaruh pada residual dalam model regresi. Uji autokorelasi dilakukan dengan uji Durbin Watson (DW) adapun kriteria dalam mengambil kesimpulan, sebagai berikut:

- 1) Jika $DW < dL$ atau $DW > 4 - dL$ maka terdapat autokorelasi
- 2) Jika $dU < DW < 4 - dU$ maka tidak terdapat autokorelasi
- 3) Jika $dL \leq DW \leq dU$ atau $4 - dU \leq 4 - dL$, uji Durbin Watson tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

3. Uji Statistik

a. Analisis Regresi Linear Berganda²³

Uji regresi adalah uji yang bertujuan untuk mengecek pengaruh dari satu atau beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengecek pengaruh *brand image* dan harga terhadap loyalitas pengguna. Formulasi persamaan regresi berganda sendiri adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

Y : Loyalitas pengguna

a : Bilangan konstanta

²³ C. Trihendradi (2012). *Step by Step SPSS 20 Analisis Data Statistik*. Yogyakarta : CV. ANDI OFFSET, hal. 152-153.

b1-b2 : Koefisien regresi

X1 : *Brand Image*

X2 : Harga Paket Internet

e : standar error

b. Uji signifikansi individual (Uji t)²⁴

Uji t merupakan uji untuk mengukur seberapa besar pengaruh signifikan variabel independen itu sendiri terhadap variabel dependen. Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh individu variabel independen dengan variabel dependen. Adapun ukuran dalam pengujian, sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{tabel} > t_{hitung}$ maka H_o diterima, variabel independen itu sendiri tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
- 2) Jika $t_{tabel} < t_{hitung}$ maka H_o ditolak, variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

Adapun berdasarkan tingkat signifikan:

- 1) Jika tingkat signifikan $> 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
- 2) Jika tingkat signifikan $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

²⁴ Rochmat Aldy Purnomo (2016). *Analisis Statistik* hal. 172.

c. Uji F²⁵

Uji F merupakan uji signifikan secara bersama-sama atau simultan, pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai uji dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Adapun ukuran pengujian, sebagai berikut :

- 1) Jika $F_{tabel} > F_{hitung}$ maka H_o diterima, variabel independen itu sendiri tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
- 2) Jika $F_{tabel} < F_{hitung}$ maka H_o ditolak, variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

d. Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

R Square merupakan hubungan variabel independen secara ganda terhadap variabel dependen. Kisaran nilai R adalah 0 sampai 1, jika mendekati 1 maka hubungan semakin kuat dan jika mendekati 0 maka hubungan semakin lemah.²⁶ Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengecek besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai R^2 semakin mendekati nol maka pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen mendekati 100% yang artinya semakin besar pengaruh di antara keduanya.²⁷

²⁵ Ibid., hal. 169.

²⁶ Ibid., hal. 167.

²⁷ Syafrida Hafni Sahir (2021). *Metodologi*hal. 54