

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi penelitian pada Rarisa Fresh Laundry Pekanbaru yang terletak di jalan karya 1.

1.2 Operasional Variabel

Tabel 4
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Loyalitas pelanggan (Y) adalah “komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. (kotler, 138:2009)	<ul style="list-style-type: none">▪ Kesetiaan terhadap pembelian produk (<i>Repeat Purchase</i>)	<ul style="list-style-type: none">▪ Loyal/setia terhadap rarisa fresh laundry▪ Rarisa fresh laundry tetap menjadi pilihan pertama▪ Tidak mencuci di laundry lain▪ Kecil sekali kemungkinan mencuci di laundry lain.	Ordinal
	<ul style="list-style-type: none">▪ Ketahanan terhadap pengaruh yang negative mengenai perusahaan (<i>Retention</i>).	<ul style="list-style-type: none">▪ Menunjukkan kekebalan dari daya tarik pesaing.	
	<ul style="list-style-type: none">▪ Mereferensikan secara total esistensi perusahaan (<i>Referrals</i>).	<ul style="list-style-type: none">▪ Merekomendasikan kepada orang lain.	

<p>Kepuasan pelanggan (X) adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja actual yang dirasakan setelah pemakaian (Freddy Rangkuti, 30: 2003)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interaksi karyawan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Karyawan sabar dalam memberikan layanan kepada para pelanggan. ▪ Memberikan informasi dengan jelas kepada pelanggan. ▪ Memahami kebutuhan dan harapan pelanggan. ▪ Menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat. 	Ordinal
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kualitas unjuk kerja produk/jasa 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memiliki kemampuan dibidang jasa laundry. ▪ Kebersihan dan kerapian ▪ Dapat menumbuhkan rasa aman kepada pelanggan. ▪ Memberikan layanan dengan cepat. 	
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ketepatan waktu dan kenyamanan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tepat waktu dan sesuai dengan yang dijanjikan. ▪ Membantu kesulitan yang dihadapi oleh pelanggan. ▪ Kesungguhan terhadap kepentingan pelanggan. ▪ Lokasi yang strategis. ▪ Kondisi kawasan terlihat bersih ▪ Jaminan atas 	

		kualitas jasa yang diberikan kepada pelanggan.	
--	--	--	--

1.3 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data yang penulis perlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data primer.

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden yang terdiri dari identitas responden dan juga hasil tanggapan responden tentang pengaruh kepuasan konsumen terhadap kesetiaan konsumen pada Rarisa Fresh Laundry di Marpoyan Pekanbaru.

2. Data sekunder.

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder yang ada dalam penelitian ini data yang diperoleh dari Rarisa Fresh Laundry.

1.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang memakai jasa rarisa fresh laundry di marpoyan.

b. Sampel

Sampel dalam penelitian ini di pilih sebanyak 50 orang dengan menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kejadian kebetulan, yaitu siapa saja yang dianggap tepat dan secara kebetulan bertemu peneliti dapat dijadikan sampel.

1.5 Teknik pengumpulan data

Sedangkan teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

- a. Questioner, merupakan sebuah daftar pertanyaan yang harus di isi oleh orang yang akan diukur (*responden*). Dengan questioner kita dapat mengetahui keadaan atau data pribadi seseorang, pengalaman atau pengetahuan dan lain-lain yang dimilikinya.
- b. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian. Pada saat mengajukan pertanyaan, peneliti dapat berbicara berhadapan langsung dengan responden atau bila hal itu tidak mungkin dilakukan, juga bisa melalui alat komunikasi, misalnya pesawat telepon.

3.6 Teknik analisis data

1. Uji Reabilitas dan Validitas

a. Uji Reabilitas

Adalah suatu index yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliable hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah.

b. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut metode yang digunakan untuk menguji validitas ialah dengan korelasi bevariate. Jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan akan valid.

2. Analisis Deskriptif.

Deskriptif penelitian adalah salah satu cara penelitian dengan menggambarkan dan menginterpretasikan suatu objek sesuai dengan kenyataan yang ada, tanpa dilebih-lebihkan. Penelitian deskriptif sering disebut sebagai noneksperimen, dikatakan demikian karena penelitian ini seseorang yang meneliti tidak melakukan manipulasi variabel dan juga selalu mengutamakan fakta, sehingga penelitian ini

murni menjelaskan dan menggambarannya. Tujuan utama dalam melakukan penelitian deskriptif ialah untuk menggambarkan situasi atau objek dalam fakta yang sebenarnya, secara sistematis dan karakteristik dari subjek dan objek tersebut diteliti secara akurat, tepat dan sesuai dengan kejadian yang sebenarnya untuk diambil kesimpulan.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana.

Metode regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh kepuasan konsumen terhadap kesetiaan konsumen yang dapat digambarkan sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas pelanggan

a = konstanta, yaitu nilai variabel Y jika variabel X = 0

b = koefisien regresi linier

X = Kepuasan pelanggan

E = Error