

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode dan Desain Penelitian**

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan berfokus pada data numerik yang telah diproses ke dalam sistem statistik. Penelitian kuantitatif dilakukan untuk menguji hipotesis kemudian menyadarkan kesimpulan hasil suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil terhadap metode kuantitatif yang dapat diperoleh signifikan perbedaan kelompok atau signifikan hubungan antar variabel yang diteliti (Azwar, 2017).

Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian kausalitas. Menurut Azwar (2017) menyatakan bahwa penelitian kausalitas memungkinkan peneliti untuk menentukan apakah ada hubungan sebab-akibat (kausal) antara variabel independen (yang memengaruhi) dan variabel dependen (yang dipengaruhi). Loyalitas pelanggan berfungsi sebagai variabel dependen dan keterikatan emosional berfungsi sebagai variabel independen.

#### **B. Definisi Operasional**

Menurut Azwar (2017) definisi operasional adalah variabel yang harus didefinisikan sedemikian rupa sehingga jelas gambaran konstruknya serta dapat merepresentasikan variabel itu sendiri. Variabel pada penelitian ini yakni loyalitas pelanggan dan keterikatan emosional.

## 1. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan suatu komitmen pelanggan untuk membeli produk secara berulang, yang diukur melalui aspek-aspek loyalitas pelanggan menurut Evanschitzky dan Wunderlich (dalam Taufan & Akhsan, 2023) diantaranya yaitu loyalitas kognitif (*cognitive loyalty*), loyalitas afektif (*affective loyalty*), loyalitas konatif (*conative loyalty*), dan loyalitas tindakan (*action loyalty*).

## 2. Keterikatan Emosional

Keterikatan emosional merupakan tingkah laku pelanggan yang melibatkan kecenderungan dan keinginan untuk mencari kepuasan terhadap produk, yang diukur melalui aspek-aspek keterikatan emosional menurut Thomson (dalam Maulidina, 2020) diantaranya yaitu afeksi (*affection*), gairah (*passion*), koneksi (*connection*).

## C. Populasi, Sampel, dan Teknik *Sampling*

### 1. Populasi

Dalam sebuah penelitian, populasi dianggap sebagai kelompok yang digeneralisasikan. Menurut Azwar (2017), populasi responden harus memiliki karakteristik yang membedakannya dari populasi lain. Ciri yang dimaksud tidak terbatas pada ciri lokasi, namun ciri-ciri yang berkaitan dengan subjek juga dapat digunakan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Shopee di Karawang, dengan jumlah yang tidak diketahui.

## 2. Sampel

Menurut Menurut Azwar (2017), karena sampel terdiri dari beberapa responden dari populasi, maka sampel harus memiliki karakteristik yang sama dengan populasi tersebut. Namun, karena kesimpulan penelitian akan diterapkan pada populasi pada akhirnya, sangat penting untuk mendapatkan sampel yang representatif bagi populasinya. Dalam penelitian ini, rumus Lemeshow digunakan untuk menghitung sampel jika populasinya tidak diketahui, yaitu:

$$n = \frac{Z\alpha^2 x P x Q}{L^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 x 0,5 x 0,5}{(0,1)^2}$$

$$n = 96$$

**Gambar 3. 1 Rumus Lemeshow**

Keterangan :

$n$  : jumlah sampel

$Z\alpha$  : nilai standar dari distribusi sesuai nilai  $\alpha = 5\% = 1,96$

$P$  : prevalensi *outcome*, karena data belum didapat, maka dipakai  
50%

$Q$  :  $1 - P$

$L$  : tingkat ketelitian 10%

Didasarkan pada perhitungan di atas, kami menemukan sampel 96. Hasil-hasil ini kemudian dibulatkan menjadi 100, jadi total sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

### 3. Teknik Sampling

Menurut Azwar (2017), metode *non-probability sampling* adalah metode pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama kepada setiap responden dalam populasi untuk diambil sebagai sampel. Untuk mengambil sampel ini, peneliti menggunakan teknik *quota sampling* untuk menentukan jumlah sampel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, menurut Sugiyono (2017) *quota sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan terpenuhi. Pengguna aplikasi Shopee di Karawang adalah subjek penelitian ini.

### D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan skala loyalitas pelanggan dan skala keterikatan emosional. Menurut Azwar (2017) menyatakan bahwa skala adalah alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian.

Peneliti mengaplikasikan pertanyaan tertutup yaitu skala yang telah disediakan jawabannya, pertanyaan tertutup membantu responden untuk menjawab setiap pertanyaan dengan waktu yang sesingkat mungkin karena setiap pertanyaan sudah memiliki jawabannya masing-masing sehingga ini pun dapat memudahkan peneliti untuk melakukan analisis data. Respon jawaban dari responden ditulis dengan cara mengisi pertanyaan yang ada di *Googleform* dimana masing-masing jawaban dibuat dengan menggunakan bobot nilai 1 sampai 5.

Dalam skala sikap model *likert* ini memiliki pilihan jawaban serta skor yang mempunyai lima pilihan jawaban yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), CS (Cukup

Setuju), TS (Tidak Sesuai), STS (Sangat Tidak Sesuai). Berikut tabel distribusi skor aitem:

**Tabel 3. 1 Bobot Nilai Skala Likert**

<i>Favorable</i>		<i>Unfavorable</i>	
Skala	Skor	Skala	Skor
Sangat Setuju (SS)	5	Sangat Setuju (SS)	1
Setuju (S)	4	Setuju (S)	2
Cukup Setuju (CS)	3	Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2	Tidak Setuju (TS)	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	5

Sumber: Azwar (2017)

Skala pada riset yang akan dilakukan yaitu skala loyalitas pelanggan dan keterikatan emosional. Peneliti terlebih dahulu membuat *blue print* untuk mempermudah dalam perancangan skala.

### 1. *Blue Print Skala Loyalitas Pelanggan*

Menurut Evanschitzky dan Wunderlich (dalam Taufan & Akhsan, 2023), loyalitas pelanggan dapat diukur melalui lima aspek: loyalitas kognitif (*cognitive loyalty*), loyalitas afektif (*affective loyalty*), loyalitas konatif (*conative loyalty*), dan loyalitas tindakan. Tabel berikut menunjukkan *blue print* skala loyalitas pelanggan:

**Tabel 3. 2 Blue Print Skala Loyalitas Pelanggan**

Aspek	Nomor Aitem		
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	$\Sigma$
Loyalitas Kognitif	1,3,5	2,4	5
Loyalitas Afektif	6,8,10	7,9	5
Loyalitas Konatif	11	12	2
Loyalitas Tindakan	13,15	14	3
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>15</b>

## 2. *Blue Print Skala Keterikatan Emosional*

Keterikatan emosional diukur melalui aspek-aspek keterikatan emosional menurut Thomson (dalam Maulidina, 2020) diantaranya yaitu, afeksi (*affection*), gairah (*passion*), koneksi (*connection*). Adapun *blue print* skala keterikatan emosional dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3. 3 Blue Print Skala Keterikatan Emosional**

Aspek	Nomor Aitem		$\Sigma$
	Favorable	Unfavorable	
Afeksi ( <i>affection</i> )	1,3	2,4	4
Gairah ( <i>passion</i> )	5,7	6	3
Koneksi ( <i>connection</i> )	8,10	9	3
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>10</b>

## E. Uji Analisis Instrumen

### 1. Uji Validitas

Validitas mempunyai maksud untuk mengetahui skala tersebut dapat melaksanakan peran penilaianya, peneliti yang digambarkan mempunyai kevalidan yang baik manakala mengeluarkan data yang akurat. Sehingga memberikan representasi terhadap variabel yang diukur berdasarkan tujuan penilaian itu sendiri (Azwar, 2017).

Alat ukur seperti loyalitas pelanggan dan keterikatan emosional mungkin sesuai atau relevan untuk digunakan dalam penelitian ini. Selanjutnya, peneliti melakukan validitas isi. Menurut Azwar (2017), validitas isi adalah pengujian kelayakan isi tes melalui analisis rasional oleh orang yang berpengalaman atau oleh keputusan ahli.

## 2. Uji Analisis Aitem

Menurut Azwar (2017) tahap analisis aitem yaitu menguji karakteristik aitem yang menjadi bagian pada skala. Uji analisis yang digunakan untuk menguji hasil dari tahap uji coba pada aitem skala yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan korelasi aitem-total dengan formula koefisien korelasi linier *product moment pearson*. Dalam hal ini kriteria batasan koefisien validitas aitem  $\geq 0,3$ , ini menjelaskan bahwa koefisien validitas minimal 0,3 untuk dapat memiliki daya beda aitem dan untuk dapat mengetahui bahwa aitem tersebut dapat dianggap memuaskan.

## 3. Uji Reliabilitas

Penilaian yang memperoleh hasil data dengan standar reliabilitas tinggi diartikan sebagai penilaian yang reliabel. Menurut Azwar (2017) salah satu ciri instrumen ukur dengan skor pengukuran reliabilitas yang mengacu kepada sebuah konsistensi hasil pengukuran, yang mengandung arti seberapa tinggi atau rendah yang berada pada kriteria dengan rentang 0 sampai 1, semakin tinggi hasil yang diperoleh semakin reliabel data tersebut.

Reliabilitas instrumen penelitian yang digunakan adalah *cronbach's alpha* dalam program SPSS versi 27 for Windows. Aitem-aitem yang diikutsertakan dalam uji reliabilitas hanyalah aitem-aitem yang lolos dalam uji coba sebelumnya. Kriteria yang digunakan dalam melihat hasil perhitungan reliabilitas yaitu dengan melihat skor *cronbach's alpha* dari hasil aitem-aitem yang sudah valid dari uji coba sebelumnya.

Berikut adalah tabel Guilford yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk menentukan reliabilitas skala dalam penelitian ini:

Koefisien Reliabilitas (r)	Interpretasi
$0,00 \leq r \leq 0,20$	Sangat Rendah
$0,20 \leq r \leq 0,40$	Rendah
$0,40 \leq r \leq 0,60$	Sedang
$0,60 \leq r \leq 0,80$	Tinggi
$0,80 \leq r \leq 1,00$	Sangat Tinggi

Sumber: Arikunto (2018)

## F. Metode Analisis Data

Dalam metode kajian data sebelum menguji hipotesis, uji asumsi prasyarat dilakukan. Uji asumsi prasyarat dalam penelitian ini adalah uji normalitas dan linearitas, dan uji hipotesis adalah uji regresi linier sederhana dan kategorisasi. Penelitian ini akan menganalisis data inferensial dengan menggunakan statistik deskriptif. Selain itu, prosedur kajian data yang telah diperoleh akan dipelajari dengan menggunakan program SPSS versi 27 for Windows.

### 1. Uji Asumsi Prasyarat

#### a. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2011) menyatakan bahwa uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas dan terikat memiliki distribusi normal. Jelpa (2019) menyatakan bahwa uji normalitas adalah pengujian statistik yang menghitung nilai residual dari variabel dengan distribusi normal dengan

memperhatikan nilai dari taraf signifikan, yaitu nilai yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian memiliki distribusi normal. Uji normalitas ini mengevaluasi hasil dari *One Sampel Kolmogorov-Smirnov*. Program SPSS versi 27 for Windows digunakan untuk melakukan pengujian uji normalitas ini.

#### b. Uji Linieritas

Uji linieritas menilai keterikatan antar variabel linier. Dengan pengujian ini, peneliti dapat mengetahui apakah data yang digunakan linier atau tidak (Jelpa, 2019). Tabel anova digunakan untuk menentukan apakah model linier atau tidak. Nilai signifikansi di atas 0,05 menunjukkan bahwa data linier, tetapi nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa data tidak linier. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 27 for Windows.

### 2. Uji Hipotesis (Uji Regresi Linier Sederhana)

Dalam peneliti ini melakukan uji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa hubungan fungsional antara satu variabel independen dan satu variabel dependen adalah dasar analisis regresi konvensional. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menentukan apakah variabel keterikatan emosional memengaruhi loyalitas pelanggan. Rumus persamaan regresi sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

**Gambar 3. 2 Rumus Regresi Linier Sederhana**

Keterangan:

Y : Subjek atau nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a : Harga Y bila X = 0 (harga konstan).

b : Angka atau arah koefisien regresi, yang menunjukkan angka  
peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang  
didasarkan pada variabel independen.

X : Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

### 3. Uji Koefisien Determinasi

Nilai dari koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa rumus yang digunakan untuk menghitung nilai koefisien determinasi adalah:

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

**Gambar 3. 3 Rumus Koefisien Determinasi**

Keterangan:

KD : Koefisien determinasi

r : Koefisien korelasi

#### 4. Uji Kategorisasi Skor

Uji kategorisasi digunakan untuk memposisikan seseorang ke dalam kelompok dengan posisi yang memiliki tingkatan berdasarkan suatu kategorisasi pada atribut yang diukur (Azwar, 2017). Kontinum ini meliputi dua kategori, yakni:

**Tabel 3. 5 Kategorisasi dua Jenjang**

Rumus	Kategorisasi
$x < \mu$	Rendah
$x > \mu$	Tinggi

Sumber: Azwar (2017)

Keterangan:

X : Skor total masing-masing responden

$\mu$  : Rata-rata (mean)