# BAB III

# METODE PENELITIAN

## 3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metodologi penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, Sugiyono (2016:2). Berdasarkan hal tersebut terdapat kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmiahan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indra manusia, sehingga oranglain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan, dan sistematis merupakan suatu proses yang dipakai dalam penelitian dengan menggunakan berbagai langkah yang berdifat logis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif dengan pendektatan penelitian kiuantitatif. Sugiyono (2016:11) pengertian penelitian metode deskriptif adalah penlitian yang dilakukann untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Melalui penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi dari rumusan masalah yang pertama, kedua,dan ketiga yaitu tanggapan pelanggan mengenai kualitas pelayanan dan cira perusahaan, tanggapan pelanggan mengenai kepuasan penggunaan jasa, dan loyalitas terhadap sekolah bola voli Bandung tectona.

Metode verifikatif merupakan metode yang memperlihatkan pengaruh dari variabel-variabel yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistic. Penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori, dan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak, Sugiyono (2016:11). Penelitian verifikatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah nomor empat, lima, enam, dan tujuh, yaitu seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas atlet melalui kepuasan pelanggan sekolah bola voli Bandung Tectona baik secara langsung maupun secara tidak langsung.

Sugiyono (2016:4) pengertian metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskanpada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel terdahulu, pengumpulan data memggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ststistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

## 3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Definisi variabel menjelaskan tentang pengertian masing-masing variabel, sedangkan operasional variabel menjelaskan tentang variabel penelitian, konsep variabel, indikator, sub indikator, dan skala ukur.

### 3.2.1 Definisi Variabel

Dalam sebuah peneltian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2016:38) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independen*), variabel terikat (*dependen*), dan avriabel antara (*intervening*). Menurut sugiyono (2016: 59) variabel bebas (*independen*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*), yang disimbolkan dengan symbol (X). Kemudian variabel terikat (*dependen*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, yang disimbolkan dengan simbol (Z). Serta variabel antara (*intervening*) adalah variabel yang terletak diantara variabel independen dan dependen, sehingga variable independen secara tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen, yang disimbolkan dengan symbol (Y).

Penelitian yang dilakukan penulis menggunakan dua variabel yang menjadi variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Citra Perusahaan (X2) kemudia Kepuasan Pelanggan (Y) merupakan variabel antara, Loyalitas Pelanggan (Z) merupakan variabel terikat. Variabel-variabel tersebut dapat di definisikan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan menurut Wyckof dalam Fandy Tjiptono (2014:268), kualitas pelayanan meruupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

1. Citra Perusahaan (X2)

Citra perusahaan menurut Fandy Tjiptono (2014:269) Citra korpotasi (*corporate image*) merupakan faktor penting dalam sebagian besar jasa yang dapat mempengaruhi persepsi terhadap kualitas melalui berbagai cara.

1. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan Pelanggan menurut Kotler dan Keller (2016:153), “*satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expextations”*. Dimana, kepuasan seseorang adalah perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan produk ataulayanan yang dirasakan atau hasil dengan ekspektasi.

1. Loyalitas Pelanggan (Z)

 Kotler dan Kaller (2016:153) menyatakan bahwa *customers have verying degrees of loyalty to specific bramds, stores, and companies. Loyalty has been defind as “a deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service in the future despite situational influences and marketing efforts having the potential because switching behavior”.* pelanggan memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap suatu merek, toko, dan perusahaan tertentu ketika pelanggan memiliki komitmen untuk membeli kembali atau menggunakan ulang produk atau jasa yang disukai dimasa mendatang.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel digunakan untuk menjabarkan mengenai variabel yang diteliti, konsep, indikator, serta sekala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel penelitian. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Untuk mengetahui lebih jelas, maka dapat dilihat pada table 3.1 mengenai operasionalisasi variabel untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

#### Tabel 3.1

#### Operasionalisasi Variabel

| **Konsep Variabel** | **Dimensi** | **Indikator** | **Ukuran** | **Skala** | **No** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Kualitas Pelayanan (X1), meruupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan **(menurut Wyckof dalam Fandy Tjiptono,2014:268)** | Reliabilitas (*reliability*) | Memberikan pelayanan dengan segera | Tingkat ketepatan waktu dalam memberi pelayanan | Interval | 1 |
| Memberikan playanan secara akurat | Tingkat keakuratan pelayanan | Interval | 2 |
| Memberikan pelayanan yang memuaskan | Tingkat kepuasan pelayanan | Interval | 3 |
| Daya Tanggap (*responsive-ness)* | Inisiatif staf dalam membantu pelanggan | Tingkat inisiatif staf dalam membantu pelanggan | Interval | 4 |
| Staf memberikan pelayanan dengan tanggap | Tingkat ketanggapan staf memberikan pelayanan | Interval | 5 |
| Jaminan (*assurance*) | Staf sopan dalam memberikan pelayanan | Tingkat kesopanan staf dalam memberikan pelayanan | Interval | 6 |
| Staf memiliki pengetahuan yang memadai mengenai pelayanan yang diberikan | Tingkat pengetahuan yang memadai mengenai pelayanan yang diberikan | Interval | 7 |
| Staf dapat dipercaya dan bebas dari keragu-raguan dalam memberikan pelayanan | Tingkat kepercayaan dan bebas dari keragu-raguan staf dalam memberikan pelayanan | Interval | 8 |
| Empati (*empathy*) | kemudahan dalam menjalin relasi dan komunikasi yang baik | Tingkat kemudahan dalam menjalin relasi dan komuniaksi yang baik | Interval | 9 |
| perhatian dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan | Tingkat perhatian dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan | Interval | 10 |
| Bukti Fisik (*tangibles*) | Kelengkapan fasilitas fisik dalam memenuhi kebutuhan pelanggan | Tingkat kelengkapan fasilitas fisik dalam memenuhi kebutuhan pelanggan | Interval | 11 |
| sarana komunikasi yang baik antara staf dan pelanggan | Tingkat sarana komunikasi yang baik antara staf dan pelanggan | Interval | 12 |
| Citra perusahaan (X2), merupakan faktor penting dalam sebagian besar jasa yang dapat mempengaruhi persepsi terhadap kualitas melalui berbagai cara. **(Fandy Tjiptono, 2014:269)** | Daya tarik emosional (*emotional appeal*) | Seberapa jauh perusahaan disukai, dikagumi, dan direspek oleh konsumen. | Tingkat seberapa jauh perusahaan disukai, dikagumi, dan direspek oleh konsumen. | Interval | 13 |
| Produk dan jasa | Persepsi pelanggan terhadap kualitas, inovasi, dan nilai produk perusahaan. | Tigkat persepsi pelanggan terhadap kualitas, inovasi, dan nilai produk perusahaan | Interval | 14 |
| Persepsi pelanggan terhadap kualitas dan reliabilitas jasa perusahaan. | Tingkat persepsi pelanggan terhadap kualitas dan reliabilitas jasa perusahaan | Interval | 15 |
| Visi dan kepemimpinan | perusahaan mampu merekomen- dasikanvisi yang jelas | Tingkat perusahaan mampu merekomen- dasikanvisi yang jelas | Interval | 16 |
| kepemimpinan yang kuat dalam perusahaan | Tingkat kepemimpinan yang kuat dalam perusahaan | Interval | 17 |
| Lingkungan kerja | persepsi pelanggan terhadap seberapa bagus perusahaan dikelola | Tingkat persepsi pelanggan terhadap seberapa bagus perusahaan dikelola | Interval | 18 |
| baik dan buruknya kondisi kinerja perusahaan | Tingkat baik dan buruknya kondisi kinerja perusahaan | Interval | 19 |
| kualitas para karyawannya | Tingkat kualitas para karyawan | Interval | 20 |
| Kinerja finasnial | persepsi pelanggan terhadap profitabilitas dan prospek perusahaan | Tingkat persepsi pelanggan terhadap profitabilitas dan prospek perusahaan | Interval | 21 |
| Persepsi pelanggan terhadap risiko dari perusahaan | Tingkat persepsi perusahaan terhadap risiko dari perusahaan | Interval | 22 |
| Tanggung jawab social | kualitas perusahaan sebegai citizen yang baik dalam hubungan komunikasi | Tingkat kualitas perusahaan sebegai citizen yang baik dalam hubungan komunikasi | Interval | 23 |
| Bertanggung jawab terhadap karyawan | Tingkat tanggung jawab perusahaan terhadap karyawan | Interval | 24 |
| Persepsi kualitas perusahaan terhadap lingkungannya | Tingkat persepsi kualitas perusahaan terhadap lingkungannya | Interval | 25 |
| Kepuasan Pelanggan (Y) “*satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expextations”*. (**Kotler dan Keller, 2016:153)** | *Performance* (Kinerja) | Pelayanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan kebutuhan pelanggan | Tingkat kesesuaian pelayanan dengan kebutuhan pelanggan | Interval | 26 |
| Fasilitas yang disediakan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan | Tingkat kesesuaian fasilitas yang disediakan dengan standar yang telah ditetapkan | Interval | 27 |
| Citra yang dimiliki perusahaan sesuai dengan kinerja | Tingkat kesesuaian citra perusahaan dengan kinerja | Interval | 28 |
| Biaya yang dikeluarkan pelanggan sebanding dengan hasil yang diperoleh pelanggan | Tingkat kesebandingan biaya yang dikeluarkan pelanggan dengan hasil yang diperoleh pelanggan | Interval | 29 |
| *Expectation* (Harapan) | Pelayanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan kebutuhan pelanggan | Tingkat harapan pelanggan terhadap kesesuaian pelayanan dengan kebutuhan pelanggan | Interval | 30 |
| Fasilitas yang disediakan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan | Tingkat harapan pelanggan terhadap kesesuaian fasilitas dengan standar yang telah ditetapkan | Interval | 31 |
| Citra yang dimiliki perusahaan sesuai dengan kinerja | Tingkat harapan pelanggan terhadap kesesuaian citra perusahaan dengan kinerja  | Interval | 32 |
| Biaya yang dikeluarkan pelanggan sebanding dengan hasil yang diperoleh pelanggan | Tingkat kesebandingan antara biaya yang dikeluarkan dengan harapan pelanggan | Interval | 33 |
| Loyalitas Pelanggan (Z), *as a deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service in the future despite situational influence and marketing efforts having the potential because switching behavior***(Kotlet *and* Keller 2016:153)** | *Repeat buyer* (melakukan pembelian ulang) | Pembelian atau pengunaan ulang jasa perusahaan oleh pelanggan | Tingkat pembelian atau penggunaan ulang jasa perusahaan oleh pelanggan | Interval | 34 |
| *Purchasses across sproduct and service lines* (melakukan pembelian antar lini produk/jasa) | Kesediaan pelanggan untuk membeli produk atau menggunakan jasa lain yang ditawarkan perusahaan | Tingkat kesediaan pelanggan untuk membeli produk lain yang ditawarkan perusahaan | Interval | 35 |
| Tingkat kesediaan pelanggan untuk menggunakan jasa lain yang ditawarkan perusahaan |  | 36 |
| *Refers other* (mereferensi-kan kepada oranglain) | Pelanggan mereferensikan produk/jasa perusahaan terhadap oranglaun | Tingkat kesediaan pelanggan mereferensikan produk/jasa perusahaan kepada oranglain | Interval | 37 |
| *Demonstrates immunity to the full of competitions* (menunjukan daya tahan terhadap pesaing)(Grifin 2010:12) | Pelanggan tidak akan terpengaruh terhadap penawaran produk atau jasa perusahaan sejenis | Tingkat ketahanan pelanggan terhadap penawaran produk atau jasa perusahaan sejenis | Interval | 38 |
| Tingkat kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan |  | 39 |

Sumber: Penulis

## 3.3 Popilasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga bisa ditarik suatu kesimpulan. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tertentu (Sugiyono:2016:117). Dalam penelitian ini populasinya adalah atlet sekolah bola voli Bandung Tectona.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dasar pengambilan sampel apabila populasi kurang dari 110 maka seluruh populasi yang ada dijadikan objek penelitian, sedangkan apabila populasi yang lebih dari 100 maka dapat diambil antara 10%-15% atau 20%-25% dari populasi yang ada, atau tergantung dengan kemampuan peneliti yang dilihat dari waktu, tenaga dan dana, sempit arau luasnya wilayah pengamatan setiap subjek karena dapat menyangkut tentang banyak atau sedikitnya data serta besar kecilnya resiko yang ditanggung peneliti. Hasil pengamatan terhadap sampel, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi, maka dari itu sampel yang diambil dari populasidiharapkan *representative* (mewakili) populasi.

Penerapan sampel penelitian menggunakan teknik *sampling,* sebagai bagian dari teknik pengambilan sampel. Menurut sugiyono (2016:68) mengemukakan *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik yang digubakan dalam *non probability sampling* adalah *sampling* jenuh. *Sampling* jenuh digunakan karena semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Dalam penelitian ini jumlah populasi pada sekolah bola voli Badnung Tectona yaitu sebanyak 107 orang yang dimana seluruh jumlah atlet akan dijadikan sampel penelitian.adapun sampel penelitian 107 orang yang tersebar dalam beberapa tingkatan yaitu sebagai berikut:

#### Tabel 3.2

**Jumlah Atlet PBV Bandung Tectona per Tingkatan 2017**

|  |
| --- |
| **PUTRA** |
| Yunior | 38 |
| Senuor | 18 |
| **PUTRI** |
| Yunior | 31 |
| Senior | 20 |
| **Jumlah** | **107** |

Sumber: data atlet PBV Bandung Tectona

## 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untukmendapatkan informasi-informasi yang diperlukan untuk pembahasan data yang digunakan dalam penelitian. Terdapat beberapa teknik dalam mengumpulkan data, yaitu:

1. Penelitian Lapangan (*Field Reseach*)

Pengumpulan data dengan cara melakukan survey lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer dengan cara:

1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis (Sugiyono, 2016:145). Penulis melakukan pengumpulan data dengan melakukan penelitian secara langsung di Sekolah Bola Voli Bandung Tectona

1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan fenomena/permasalahan yang harusditeliti dan bila peneliti ingin mengetahui hal-hal mendalam yang bisa dipaparkan dari responden dan jumlah responden kecil/sedikit (Sugiyono, 2016:137). Wawancara dilakukan dengan Tanya jawab pada atlet sekolah bola voli Bandung Tectona.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono,2016:142). Kuesioner akan diberikan kepada atlet sekolah bola voli Bandung Tectona, Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan amsalah yang diteliti, dimana materi pertanyaan menyangkut penadapat konsumen mengenai kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Reasearch*)

Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu dapat berupa *litelature-litelature*, buku-buku, yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan tuntuk mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti

## 3.5 Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan diarahkan untukmenjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Karena datanya kuantitatif, makametode analisis data menggunakan metode statistic yang sudah tersedia.

### 3.5.1 Uji Instrumen

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Jumlah instrument yang akan digunakan untuk penelitian tergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti. Bila variabel penelitiannya empat, maka jumlah intrumen yang digunakan untuk penelitian juga empat.

Intrumen penelitian sudah ada yang dibakukan, tetapi masih ada yang harus dibuat peneliti sendiri. Karena intrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap intrumen harus mempunyai skala Instrumen penelitian dalam metode kuesioner kehendaknya disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah dijabarkan dalam table operasionalisasi variabel sehingga masing-masing pertanyaan yang akan diajkukan kepada setiap responden dapat terukur. Data yang telah dijabarkan dalam table operasionalisasi variabel yang bersifat kualitatif akan diubah menjadi bentuk kuantitatif dengan pendekatan analisis statsistik. Adapun teknik dalam pemberian skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah teknik Sematic Differensial. Dalam hal ini penulis menggunakan kuesioner tertutup atau jawaban sudah ditentukan terlebih dahulu dan responden tidak diberikan alternative jawaban lain. Indikator-indikator untuk keempat variabel kemudian dijabarkan oleh penulis menjadi sejumlah pertanyaan-pertanyaan yang tersusun dan mudah dimengerti oleh responden sehingga di peroleh data primer.

Teknik pemberian skor dalam sematic differensial ini mengacu pada pernyataan yang dibuat oleh Sugiyono (2016:141), skala ini juga digunakan untuk mengukur sikap, hanya bentuknya tidak pilihan ganda maupun *checklist*, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum yang jawaban ‘sangat positif’ terletak dibagian kanan garis, dan jawaban yang ‘sangat negatif’ terletak di bagian kiri garis, atau sebaliknya. Data yang diperoleh dari teknik pemberian skor sematik differensial adalah data interval, dan berdasarkan skala ini digunakan untuk mengukur sikap atau karakteristik tertentu yang dipunyai oleh seseorang. Data yang diperoleh melalui pengukuran dengan skala semantic differensial adalah data interval. Peneliti menggunakan 7 skala. Berikut penggunaan skala sematik diferensial :

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** |

 Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju Sekali

#### Gambar 3.1

#### Skala Sematik Diferensial

Berdasarkan table diatas, maka dapat diketahui penggunaan skala sematik diferensial menghasilkan jawaban pertanyaan berupa kecenderungan dimana apabila responden menjawab 1-4 maka responden dikatakan cenderung negative atau cenderung tidak setuju, 5-7 maka responden menjawab cenderung positif atau cenderung setuju. Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan,alat pengukuran tersebut yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pemberian pertanyaan-pertanyaan kepada responden untuk membantu penulis melakukan penelitian, yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji reliabilitas (*test of reliability*).

##### 3.5.1.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2016:200) “Pengujian validitas adalah suatu teknik untuk mengukur ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti”. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Validitas dalam penelitian dijelaskan dalam satu derajat ketepatan pengukuran tentang isi dari pernyataan yang penulis buat. Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melaui koefisen *product moment.* Skor interval dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor interval keseluruhan item, jika koefisien korelasi tersebut positif , maka item tersebut valid, sedangkan jika negatif maka terdapat yang disebut tidak valid dan akan dikeluarkan dari kuesioner atau digantikan dengan pernyataan perbaikan.

 Rumus korelasi yang dapat digunakan adalah rumus kolerasi *Product Moment,*dengan rumus :

Keterangan :

rxy = Menunjukan indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan

r = Koefisien validitas item yang dicari, dua variabel yang dikorelasikan

X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

ΣX = Jumlah skor dalam distribusi X

ΣY = Jumlah skor dalam distribusi Y

ΣX2 = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

ΣY2 = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

N = Banyaknya responden

 Uji validitas kuesiponer dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan software SPSS dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan nilai rtabel

Dalam kajian ini, uji validitas kuesioner dilakukan secara satu arah karena hipotesis yang dirumuskan menunjukan arah positif

1. Mencari rhasil

Nilai rhasil setiap item kuesioner penelitian ini dapat dilihat pada kolom corrected item – total correlation dala hasil pengolahan data menggunakan SPSS. Nilai-nilai tersebut menunjukan nilai korelasi butir-butir pertanyaan terhadap skor totalnya. Nilai hitung tersebut dibandingkan dengan rhasil

1. Mengambil keputusan

Dasar pengambulan keputusan pengujian hipotesis adalah:

1. Jika rhasil > rtabel, maka butir variabel dinyatakan valid
2. Jika rhasil < rtabel, maka butir variabel dinyatakan tidak valid

Sugiyono (2016:179) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah nilaiindeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas, jika tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki dan dianggap tidak valid.

##### 3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Dalam instrument penelitian disamping harus valid, juga harus dapat dipercaya *(reliable)*. Menurut Sugiyono (2016:173) Instrumen yang *reliable* adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas menunjukan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukuran dari suatu responden ke responden lain atau dengan kata lain sejauh mana pertanyaan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pertanyaan tersebut (Juanim, 2017:13) maksud dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukan tingkat ketepatan, keakuratan, konsistensi meskipun kuesioner ini digunakan kembali di lain waktu. Uji reliabilitas ini dilakukan terhadap item pernyataan dalam kuesioner.

Reliabilitas dinyatakan dengan koefisien *Alpha Cronbach* (*Ca*) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama 0,70. Bila kriteria pengujian terpenuhi maka kuesioner dinyatakan reliable.

### Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis deskriptif terhadap variabel independen dan dependen yang selanjutnya dilakukan pengklarifikasian terhadap jumlah total skor responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pertanyaan. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut: Hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan (kuesioner/angket) dimana kualitas pelayanan (X1), citra perusahaan (X2), kepuasan pelanggan (Y), dan loyalitas pelanggan (Z), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki tujuh jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda.

Setiap pilihan jawaban akan diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (*item positive*) atau tidak mendukung pernyataan (*item negative*). Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan pernyataan positif dan negative adalah sebagai berikut:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** |

 Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju Sekali

Setiap pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan keempat variabel penelitian dalam operasionalisasi variabel diukur oleh instrument berbentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala sematik diferensial.

Untuk menganalisis setiap pernyataan atau indicator, hitung frekuensi jawaban setaip kategori (pilih jawaban) dan jumlahkan. Setelah setiap indicator mempunyai jumlah, selanjutnya membuat garis kontinum.

$$NJI (Nilai Jenjang Interval)=\frac{Nilai Tertinggi-NilaiTerendah}{Jumlah Kriteria Pernyataan}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada ruang skor sebagai berikut:

1. Indeks Minimum : 1
2. Indeks Maksimum : 7
3. Interval : 1-7 = 6
4. Jarak Interval : (7-1) : 7 = 0,85

#### Tabel 3.3

#### Kategori Skala

|  |  |
| --- | --- |
| **Skala** | **Kategori** |
| 1,00 | 1,85 | Sangat Tidak Setuju |
| 1,86 | 2,71 | Tidak Setuju |
| 2,72 | 3,57 | Kurang Setuju |
| 3,58 | 4,43 | Cukup Setuju |
| 4,44 | 5,29 | Setuju |
| 5,30 | 6,15 | Sangat Setuju |
| 6,16 | 7,00 | Sangat Setuju Sekali |

Sumber:Sugiono (2015:137)

Tendensi sentral atau garis kontinum sebagai berikut:

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Sangat Tidak Baik | Tidak Baik | Kurang Baik | Cukup Baik | Baik | Sangat Baik | Sangat Baik Sekali |  |
|   |   |   |   |   |   |   |  |

1 1,85 2,71 3,57 4,43 5,29 6,15 7,00

### Analisis Verifikatif

Analisis statistik verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis diterima atau ditolak. Sugiyono (2016:54). Metode verifikatif digunakan untuk mengetahui dan menguji kebenaran hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistic untuk menjawab rumusan masalah sebagai berikut: Seberapa besar Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan secara langsung dan tidak langsung. Sesuai dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian akan digunakan telaah statistika yang cocok, untuk itu penelitian ini menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*).

### 3.5.4 Metode Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Penulis menggunakan analisis jalur atau (*Path Analysis*). Analisis jalur adalah bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisisi hubungan sebab akibat antara suatu variabel dengan variabel lainnya. Sistem hubungan sebab akibat tersebut menyangkut dua jenis variabel yaitu variabel bebas atau lebih dikenal variabel independen, variabel yang biasa disimbolkan dengan huruf X1,X2,X3,…Xn dan variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi yang dikenal variabel de[enden yang biasa disimbolkan dengan huruf Y1,Y2,Y3,…Yn (Juanim, 2004:17).

Dalam analisis jalur, pengaruh independen variabel terhadap dependen variabel dapat berupa pengaruh langsung dan tidak langsung (*direct & indirect effect*), atau dengan kata lain analisis jalur memperhitungkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung. Berbeda dengan model regresi biasa dimana pengaruh independen terhadap variabel dependen hanya berbentuk pengaruh langsung. Pengaruh tidak langsung suatu variabel independen terhadap variabel dependen adalah melalui variabel lain yang disebut variabel antara (*Intervening Variable*), (Juanim,2004:18). Adapun syarat atau asumsi-asumsi yang diperlukan dalam penggunaan analisis path antara lain:

1. Hubungan antar variabel dalam model adalah linier dan adaptif
2. Seluruh error (residual) diasumsikan tidak berkorelasi dengan yang lainnya
3. Variabel diasumsikan dapat diukur secara langsung
4. Model hanya bebentuk rekrusive atau searah
5. Variabel-variabel diukur oleh skala interval.

##### 3.5.4.1 Path Diagram

Diagram jalur adalah alat untuk melukiskan secara grafis, stuktur hubungan kualitas antar variabel undependen, intervening (*intermediary*), dan dependen. Analisis jalur variabel yang dianalisis kualitasnya dibedakan menajdi dua golongan yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen adalah variabel yang variabelitasnya diasumsikan terjadi bukan karena penyebab-penyebab didalam model atau dengan kata lain, variaebl ini tidak ada yang mempengaruhi, sengankan variabel endogen merupakan variabel yang variasinya terlaksanakan oleh variabel eksogen dalam variabel endogen dalam sistem (Juanim, 2004:19). Variabel eksogen pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan citra perusahaan, sedangkan variabel endogen adalah kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

##### 3.5.4.2 Koefisien Jalur

Besarnya pengaruh variabel eksogen dan variabel endogen dapat dilihat melalui koefisen jalur mengindikasika bersarnya jalur dari suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen. Koefisien jalur biasanya dicantumkan pada diagram jalur yang dinyatakan dengan nilai *numeric* untuk mengestimasikan kerfisien jalur, jika hanya satu variabel eksogen (X) mempengaruhi secara lamgsung terhadap variabel endogen (Y dan Z) maka PYX diestimasi dengan korelasi sederhana (*simple correlation*) antara X dan Y jadi Pyx=rxy (Juanim, 2004:20). Untuk lebih memperjelas koefisien jalur dapat dilihat pada sebuat path diaghram yang ada di gambar 3.2 dalam gamabr tersebut dapat kita lihat koefisien=koefisien jalur sebagai berikut:

1. Pyx1 adalah jalur untuk pengaruh langsung X1 terhadap Y
2. Pyx2 adalah jalur untuk pengaruh langsung X2 terhadap Y
3. Pzx1 adalah jalur untuk pengaruh langsung X1 terhadap Z
4. Pzx2 adalah jalur untuk pengaruh langsung X2 terhadap Z
5. Pzy adalah jalur untuk pengaruh langsung Y terhadap Z
6. Pzyx1 adalah jalur untuk pengaruh tidak langsung X1 terhadap Z melalui Y
7. Pzyx2 adalah jalur untuk pengaruh tidak langsung X2 terhadap Z melalui Y

##### 3.5.4.3 Persamaan Struktural

Disamping mengunakan diagram jalur untuk menyatakan model yang dianalisis, dalam analisis jalur juga dapat ditampilkan dalam bentuk persamaan yang biasa disebut persamaan structural.Persamaan structural menggambarkan hubungan sebab akibat antara variabel yang diteliti yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematis (Juanim, 2004:22). Analisis ini dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

1. $Y=ρYx\_{1}X\_{1}+ρYx\_{2}X\_{2}+ε\_{1}$

Persamaan structural I menyatakan hubungan ku=ausial dari X1, X2 dan error. Digambarkan dalam diagram gambar 3.3

Dimana:

X1 : Kualitas Pelayanan

X2: Citra Perusahaan

Y: Kepuasan Pelanggan

$ε$: Faktor yang mempengaruhi Y selain X

Ket: $ρyx\_{1}x\_{2}$ = nilai korelasi kualitas pelayanan dan citra perusahaan.

$ε$

Y

X1

X1

|  |
| --- |
| $$ρyx2$$ |

#### Gambar 3.3

#### Model Struktur I Hubungan X1, X2, dengan Y

Untuk analisis jalur, koefisien yang digunakan adalah koefisien *beta* atau koefisien standar (*Standardized Coefficients*). Untuk mengetahui hal lain diluar model (error) dihitung dengan rumus $ε=1- R^{2}$

1. $Y=ρZx\_{1}X\_{1}+ρZx\_{2}X\_{2}+ρZyY+ε\_{2}$

Persamaan structural II menyatakan hubungan kausial dari X1, X2 dan error. Digambarkan dalam diagram dibawah ini:

Dimana:

X1 : Kualitas Pelayanan

X2: Citra Perusahaan

Y: Kepuasan Pelanggan

Z: Loyalitas Pelanggan

$ε$: Faktor yang mempengaruhi Z selain X

Ket: $ρzx\_{1}x\_{2}y$ = nilai korelasi kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepuasan pelanggan.

|  |
| --- |
| $$ρzx1$$ |
|  |

$ε$

X1

X1

Z

Y

|  |
| --- |
| $$ρzx2$$ |

|  |
| --- |
| $$ρzy$$ |

#### Gambar 3.4

#### Model Struktur II Hubungan X1, X2, Y dengan Z

##### 3.5.4.4 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Analisis jalur memperhitungkan langsung pengaruh langsung dan tidak langsung, Berdasarkan diagram jalur kita dapat melihat bagaimana pengaruh dari suatu variabel independen ke variabel dependen, tanpa melalui variabel dependen lainnya.Pengaruh langdung adalah pengaruh dari suatu variabel independen ke variabel dependen melalui variabel lain yang disebut variabel intervening, sedangkan pengaruh tidak langsung adalah situasi dimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen melalui variabel lain yang disebut intervening. (Juanim, 2004:23). Adapun yang dimaksud pengaruh total adalah penjumlahan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung sebagai berikut:

1. Hasil Langsung (*Direct Effect*)

Hasil dari X1dan X2 Terhadap Y dan hasil Y terhadap Z atau lebih sederhana dapat dilihat sebagai berikut:

X1dan X2 Y:$ρzx\_{1},ρzx\_{2},ρyz$

1. Hasil Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Hasil tidak langsung adalah dari X terhadap Z melalui Y, atau lebih sederhana daoat dilihat sebagai berikut:

IE zyx1 Z:$ ρzx\_{1},ρzx\_{2}$

IE zyx2 Z:$ ρzx\_{2},ρzy$

Penjelasan rumus diatas memperlihatkan bahwa hasil langsung diperoleh hasil analisis jalur beta, sedangkan hasil tidak langsung diperoleh dengan mengalihkan koefisien rho (nilai beta) yang melewati variabel antara (penghubung) dengan variabel langsung.

### 3.5.5 Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan atau kekuatan antara variabel penelitian yaitu kualitas pelayanan (X1), citra perusahaan (X2), Kepuasan Pelanggan (Y), dan Loyalitas Pelanggan (Z). Korelasi yang digunakan adalah korelasi berganda dengan rumus:

$$R^{2}=\frac{JK\_{(reg)}}{\sum\_{}^{}Y^{2}}$$

Dimana:

R2 = Koefisien korelasi ganda

JK(reg) = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$\sum\_{}^{}Z$ = Jumlah kuadrat total dalam bentuk deviasi

Mencari JK(reg) dihitung dengan menggunakan rumus:

$$JK\_{(reg)}= b\_{1}\sum\_{}^{}X\_{1}Y+b\_{2}\sum\_{}^{}X\_{2}Y$$

Mencari $\sum\_{}^{}Y^{2}$ menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sum\_{}^{}Y^{2}= \sum\_{}^{}Y^{2}-\frac{(\sum\_{}^{}Y^{2})}{N}$$

Berdasarkan nilai koefisien korelasi R yang diperoleh dapat dihubugkan -1<R,<1 sedangkan untuk masing-masing nilai R adalah sebagai berikut:

1. Apabila R = 1, artinya terdapat hubungan variabel X1,X2, Y dan Z semua positif sempurna.
2. Apabila R = -1, artinya terdapat hubungan variabel X1,X2, Y dan Z semua negatif sempurna.
3. Apabila R = 0, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X1,X2, Y dan Z
4. Apabila nilai R berada diantara -1 dan 1, maka tanda (-) menyatakan adalanya korelasi tidak langsung antara korelasi negative dan tanda positif (+) menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif..

## 3.6 Rancangan Kuesioner

Kuisioner adalah instrument pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalisasikan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan sebagaimana tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternative yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan. Responden tinggal memilih pernyataan yang sudah disediakan peneliti seperti adanya pilihan sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, cukup setuju, setuju, sangat setuju, dan sangat setuju sekali. Responden akan memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti.

## 3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan di sekolah bola voli Bandung Tectona yang berlokasi di Jalan Persada no.9 Taman Cipadung Indah pada pada bulan April 2018 sampai dengan September 2018.