

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PDAM Sanggam Balangan (Perseroda) yang berlokasi di Kabupaten Balangan, Provinsi Kalimantan Selatan. Perusahaan ini merupakan perusahaan daerah yang bergerak dalam bidang penyediaan layanan air bersih bagi masyarakat.

Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa PDAM Sanggam Balangan merupakan salah satu perusahaan yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan air bersih masyarakat. Selain itu, perusahaan ini juga memiliki jumlah pelanggan yang cukup banyak sehingga memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian.

Penelitian ini difokuskan pada pelanggan PDAM yang berada di Kabupaten Balangan. Pelanggan yang menggunakan layanan PDAM di wilayah tersebut dijadikan sebagai responden untuk mengetahui persepsi mereka mengenai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan serta bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan dan retensi pelanggan.

Waktu penelitian direncanakan berlangsung selama proses penyusunan proposal hingga pengumpulan data lapangan, yang meliputi kegiatan penyusunan instrumen penelitian, penyebaran kuesioner kepada responden, serta pengolahan dan analisis data penelitian.

3.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner serta analisis data yang bersifat statistik. Metode ini digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya serta untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara variabel yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2019), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dengan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara random atau dengan teknik tertentu serta pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian yang dianalisis secara statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Sanggam Balangan (Perseroda). Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pelanggan PDAM sebagai responden penelitian.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diketahui sejauh mana penerapan *Customer Relationship Management* yang dilakukan oleh PDAM Sanggam Balangan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan serta

mempertahankan pelanggan agar tetap menggunakan layanan yang diberikan oleh perusahaan.

3.3 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Melalui penelitian asosiatif, peneliti dapat mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu penelitian.

Menurut Sugiyono (2019), penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan tersebut dapat berupa hubungan sebab akibat maupun hubungan yang bersifat saling mempengaruhi antara variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini, tipe penelitian asosiatif untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Sanggam Balangan (Perseroda). Variabel *Customer Relationship Management* (CRM) dalam penelitian ini berperan sebagai variabel independen (X), sedangkan kepuasan pelanggan (Y1).

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diketahui apakah penerapan *Customer Relationship Management* yang dilakukan oleh PDAM Sanggam Balangan mampu memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan serta mempertahankan pelanggan agar tetap menggunakan layanan air bersih yang diberikan oleh perusahaan.

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pelanggan PDAM Sanggam Balangan (Perseroda) yang menggunakan layanan air bersih dari perusahaan tersebut. Pelanggan PDAM merupakan pihak yang secara langsung merasakan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sehingga dapat memberikan penilaian mengenai kualitas pelayanan serta hubungan yang dibangun oleh perusahaan dengan pelanggan.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan sebagai sumber data dalam penelitian. Pengambilan sampel dilakukan karena tidak semua anggota populasi dapat dijadikan sebagai responden penelitian.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Rumus Slovin merupakan teknik pengambilan sampel

berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pelanggan PDAM Sanggam Balangan (Perseroda).
2. Usia antara 20-30, 31-40, 41-50, 51-60 tahun.
3. Jenis kelamin laki-laki dan perempuan.
4. Status menikah dan belum menikah.
5. Pekerja seperti pegawai negeri (PNS,TNI,Polri), Pegawai swasta, petani, ibu rumah tangga, lainnya.

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e =Tingkat kesalahan

Jumlah populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh pelanggan PDAM Sanggam Balangan (Perseroda). Karena jumlah populasi secara pasti tidak diketahui, maka peneliti menggunakan estimasi populasi sebanyak 1.000 pelanggan.

Dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10% (0,1), maka jumlah sampel dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{1000}{1 + 1000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1000}{1 + 10}$$

$$n = \frac{1000}{11}$$

$$n = 90,9$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 responden.

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden yang memenuhi kriteria Rumus Slovin yang telah ditentukan.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian agar variabel tersebut dapat diukur secara jelas dan terarah. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen.

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain, sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini variabel independen adalah Customer Relationship Management (CRM) dan Harga, sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Customer Relationship Management (X1)	Customer Relationship Management adalah meningkatkan kepuasan pelanggan, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, serta menarik pelanggan baru melalui pelayanan yang lebih baik.	1. Komunikasi dengan pelanggan 2. Pelayanan kepada pelanggan 3. Penanganan keluhan pelanggan	Likert
Harga (X2)	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga 3. Kesesuaian harga dengan manfaat 4. Daya saing harga	Likert

Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat diukur melalui beberapa indikator yang menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.	1. Kesesuaian harapan pelanggan 2. Kualitas pelayanan 3. Pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan	Likert
------------------------	---	---	--------

Sumber : Data diolah, 2026

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dari responden penelitian. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket).

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Kuesioner dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian *Customer Relationship Management* (CRM), harga, dan kepuasan pelanggan.

Setiap pernyataan dalam kuesioner disusun dengan menggunakan skala Likert yang bertujuan untuk mengetahui tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diberikan.

Melalui penggunaan kuesioner, peneliti dapat memperoleh data yang berkaitan dengan persepsi pelanggan terhadap pelayanan PDAM serta hubungan antara perusahaan dengan pelanggan.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan tertulis kepada responden penelitian. Responden diminta untuk memberikan jawaban terhadap setiap pernyataan yang terdapat dalam kuesioner sesuai dengan persepsi mereka terhadap pelayanan yang diberikan oleh PDAM.

Kuesioner dalam penelitian ini diberikan kepada pelanggan PDAM Sanggam Balangan (Perseroda) yang menjadi responden penelitian.

2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian. Melalui observasi, peneliti dapat memperoleh gambaran

mengenai kondisi yang sebenarnya terjadi di lapangan serta memahami secara langsung situasi yang berkaitan dengan objek penelitian.

Dalam penelitian ini observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kegiatan pelayanan yang diberikan oleh PDAM Sanggam Balangan (Perseroda) kepada pelanggan. Pengamatan tersebut meliputi bagaimana proses pelayanan pelanggan, cara perusahaan memberikan informasi kepada pelanggan, serta bagaimana perusahaan menangani keluhan yang disampaikan oleh pelanggan.

Melalui observasi ini peneliti dapat memperoleh informasi tambahan yang berkaitan dengan penerapan *Customer Relationship Management* dalam perusahaan. Selain itu observasi juga dapat membantu peneliti dalam memahami kondisi pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sehingga dapat memperkuat data yang diperoleh melalui kuesioner.

Dengan demikian, teknik observasi digunakan untuk melengkapi data penelitian serta memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai hubungan antara perusahaan dengan pelanggan dalam memberikan pelayanan air bersih kepada masyarakat.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari berbagai sumber literatur yang berkaitan dengan topik penelitian. Sumber-sumber tersebut dapat berupa buku, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, skripsi terdahulu, serta berbagai sumber lain yang relevan dengan penelitian.

Melalui studi pustaka, peneliti dapat memperoleh berbagai teori, konsep, serta hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan *Customer Relationship Management*, Harga, dan kepuasan pelanggan. Teori-teori tersebut digunakan sebagai dasar dalam penyusunan kerangka pemikiran serta sebagai landasan dalam melakukan analisis terhadap data penelitian.

Selain itu studi pustaka juga membantu peneliti dalam memahami berbagai konsep yang berkaitan dengan manajemen hubungan pelanggan serta bagaimana penerapannya dalam perusahaan jasa. Dengan mempelajari berbagai literatur yang relevan, peneliti dapat memperkuat dasar teori yang digunakan dalam penelitian sehingga hasil penelitian yang diperoleh menjadi lebih ilmiah dan dapat dipertanggung jawabkan secara akademis.

3.8 Teknik Penentuan Skor

Dalam penelitian ini teknik penentuan skor menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap suatu fenomena sosial.

Setiap pernyataan dalam kuesioner akan diberikan beberapa pilihan jawaban yang menunjukkan tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan tersebut.

Adapun skor yang digunakan dalam skala Likert adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala Likert

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

Sumber : Data diolah,2026

3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.9.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dengan demikian, data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Kualitas data yang diperoleh dari penelitian adalah bergantung kepada kualitas instrumen pengumpulan data yang digunakan dengan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir pernyataan dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel tertentu. Uji validitas dilakukan pada suatu pernyataan dan hasilnya dapat dilihat

melalui hasil r -hitung (nilai person correlation) yang dibandingkan dengan r -tabel, dimana r -tabel dapat diperoleh melalui df (*degree off freedom*) = $n - 2$ (signifikan 10% n = jumlah sampel). Jika nilai positif dan r hitung $> r$ tabel maka valid. Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan aplikasi SPSS 29.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan kemantapan/konsistensi hasil pengukuran. Suatu alat pengukur dikatakan mantap atau konsisten, apabila untuk mengukur sesuatu berulang kali, alat pengukur itu menunjukkan hasil yang sama, dalam kondisi yang sama.⁴⁹ Mengukur instrumen terhadap ketepatan (konsisten). Pengujiannya dapat dilakukan secara internal, yaitu pengujian dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan rumus *croanbach alpha* $> 0,60$ maka pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah andal atau reliable. Dengan ketentuan, jika nilai *croanbach alpha* $< 0,60$ maka pernyataan-pernyataan digunakan untuk mengukur variabel tersebut tidak reliable.

3.10 Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya mengelolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian. Analisis data juga merupakan suatu metode

yang digunakan untuk mengelolah suatu data penelitian dengan menggunakan:

3.10.1 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. *Uji one sample kolmogrov-smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi normal. Jika signifikan kurang dari 0,1 maka kesimpulannya data tidak berdistribusi normal, tetapi jika signifikan lebih besar dari 0,1 maka data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji ini adalah untuk menguji apakah pada sebuah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas. Untuk mengetahui nilai multikolinearitas dapat melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai tolerance. Melihat nilai VIF:

- 1) Jika nilai $VIF < 10,00$ tidak ada terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- 2) Jika nilai $VIF > 10,00$ ada terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

Melihat nilai *Tolerance*:

- 1) Jika nilai tolerance $< 0,01$ maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- 2) Jika nilai tolerance $> 0,01$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan *variance* dari *residual* untuk semua pengamatan pada model regresi. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas dengan kepuasan pelanggan, yaitu:

Signifikan $> 0,01$ artinya data tidak terkena heteroskedastisitas.

Signifikan $< 0,01$ artinya data terkena heteroskedastisitas.

3.10.2 Uji Hipotesis

1) Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linear digunakan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian. Dalam penelitian ini analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Model persamaan regresi linear yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

X1 = CRM

X2 = Harga

b1 = pengaruh CRM ke kepuasan

b2 = pengaruh Harga ke kepuasan

Melalui analisis regresi ini dapat diketahui seberapa besar pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap kepuasan pelanggan maupun retensi pelanggan.

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik responden serta tanggapan responden terhadap setiap pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Data yang diperoleh kemudian disajikan dalam bentuk tabel, persentase, maupun penjelasan deskriptif sehingga lebih mudah dipahami.

Sedangkan analisis statistik inferensial digunakan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini analisis inferensial digunakan untuk menguji pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM), Harga, terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Sanggam Balangan (Perseroda).

2) Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Maka digunakan tingkat signifikansi 0,10. Setelah thitung diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3) Uji Simultan (Uji F)

Uji f dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai signifikansi. Ketentuan dalam uji F adalah:

Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima,

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

4) Uji Koefisien Determinasi (R²)

Nilai koefisien determinasi (R²) digunakan untuk melihat sejauh mana besar keragaman yang dapat diterangkan oleh parameter bebas terhadap parameter tidak bebas. Nilai koefisien determinasi (R²) antara nol dan satu. Nilai (R²) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.