

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Wilayah Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan bulan Desember 2022 hingga Juni 2023

Pengambilan data dilakukan pada bulan Mei 2023.

2. Wilayah Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Pada JNE Cabang Ponorogo.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, yaitu jenis penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan memerlukan analisis data dengan prosedur statistik (Indrianto dan Supomo, 2017).

Menurut Sugiyono (2014) penelitian eksplanatori (*explanatory research*) adalah untuk menguji antar variabel yang dihipotesiskan. Penelitian ini terdapat hipotesis yang akan diuji kebenarannya. Hipotesisi ini menggambarkan hubungan antara dua variabel, untuk mengetahui apakah variabel berasosiasi ataukah tidak dengan variabel lainnya, atau apakah variabel disebabkan atau dipengaruhi atau tidak oleh variabel lainnya.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Hartono (2012: 57) memberikan pengertian bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen JNE Cabang Ponorogo.

Sedangkan sampel menurut Sugiyono (2012: 63) adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel yang baik adalah sampel yang representatif, yaitu sampel yang dapat mewakili populasinya. Agar representatif, maka pengambilan sampel dari populasi harus menggunakan teknik pengambilan sampel (sampling) yang benar.

Dari beberapa pendapat diatas, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa populasi dan sampel diambil dari objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen JNE Cabang Ponorogo.

2. Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, khususnya *Cluster Sampling*, dimana populasi dibagi menjadi wilayah atau klaster yang diambil dari setiap ranting yang ada pada JNE Cabang Ponorogo sejumlah. Populasi dalam penelitian ini didasarkan pada belanja konsumen dari bulan Desember 2022 hingga Maret 2023 yang tercatat pada JNE Ponorogo, sejumlah 964. Diasumsikan bahwa dari 964 jumlah

konsumen tersebut 10%-nya menggunakan JNE Cabang Ponorogo, sehingga didapati sampel sebagai berikut:

$$\text{Sampel} = \frac{10}{100} \times 964 = 96,4 \text{ dibulatkan menjadi } 96 \text{ konsumen.}$$

Dengan demikian sampel dalam penelitian ini sejumlah 96 konsumen.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya atau lapangan/ dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari jawaban responden dari hasil penyebaran kuisioner yang dilakukan pada Konsumen Pada JNE Cabang Ponorogo.
- b. Data sekunder adalah laporan yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, sudah di kumpulkan dan di olah oleh lembaga/instansi/perusahaan atau refrensi lainnya seperti internet dan data lainnya yang berhubungan langsung dengan objek yang di teliti. Data sekunder dalam penelitian ini antara lain mencakup profil JNE Cabang Ponorogo.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari angket yang dibagikan atau diisi oleh Konsumen JNE Cabang Ponorogo.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan cara membaca buku-buku yang berkaitan dengan bahasan penelitian, literatur, jurnal, referensi, browsing materi lewat internet yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

2. Observasi

Studi lapangan dalam pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diinginkan guna memperoleh data yang diharapkan. Dalam hal ini, peneliti mengamati dan mencari informasi tentang Kualitas Layanan, Kepuasan pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Pada JNE Cabang Ponorogo.

3. Kuesioner

Dalam suatu penelitian ilmiah, metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat, dan terpercaya (Indrianto dan Supomo, 2015), untuk memperoleh data primer yang diperlukan, teknik yang digunakan adalah pengisian kuesioner. Kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan akan memberi respon atas pertanyaan tersebut, dalam penelitian ini kuesioner menggunakan pertanyaan tertutup dan terbuka. Pengukuran variabel dilakukan dengan skala Likert yang menggunakan metode scoring nilai 1 s/d 5 dimana:

Sangat Setuju (SS)	= Diberi bobot / skor 5
Setuju (S)	= Diberi bobot / skor 4
Netral (N)	= Diberi bobot / skor 3
Tidak Setuju (TS)	= Diberi bobot / skor 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = Diberi bobot / skor 1

Angka 5 menunjukkan bahwa responden mendukung terhadap pernyataan, sedangkan Angka 1 menunjukkan bahwa responden tidak mendukung terhadap pertanyaan yang diberikan.

F. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah obyek yang diteliti dan menjadi fokus dalam sebuah penelitian (Sugiyono, 2014). Definisi operasional variabel merupakan suatu bentuk susunan mengenai instrument penelitian, variabel, indikator, dan item-item yang akan di jadikan pertanyaan untuk memporelah data yang akan di teliti lebih lanjut.

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahanya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2012: 33). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebasnya adalah: Kualitas pelayanan (X). Kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan Lupiyoadi (2013: 148).

Menurut (Fandi Tjibtono, 2017). Indikator Kualitas Pelayanan meliputi:

- a. Kecekatan dan ketelitian pelayan dalam pelayanan (*Reliability*)
- b. Ketanggapan konsumen dalam melayani permintaan dan keluhan pelanggan (*Responsiveness*)
- c. Kemampuan dalam memahami pelanggan (*Emphaty*)

d. Fasilitas gedung yang nyaman (*Tangible*)

e. Keramahan pelayan (*Assurance*)

2. Variabel Mediasi (Penghubung)

Variabel mediasi (Y2) adalah variabel yang mempengaruhi fenomena yang diobservasi (variabel dependen), variabel mediasi sering juga disebut dengan variabel intervensi, karena memediasi atau mengintervensi hubungan kausal variabel independen ke variabel dependen (Jogiyanto, 2014). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel mediasinya adalah: Kepuasan pelanggan (Y₂). Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diartikan sebagai hasil dari berbagai upaya perusahaan demi memikat pelanggan (Aryani, Dwi dan Rosinta, Febrina, 2012).

Menurut Tjiptono (2017: 101), ada beberapa indikator dari variabel kepuasan konsumen diantaranya:

a. Kesesuaian Harapan

Semua konsumen pasti selalu menginginkan harapan yang sesuai dengan produk yang akan membelinya.

b. Minat Menggunakan Kembali

Kedua ini biasanya terjadi ketika seorang konsumen sudah merasa puas dengan layanan dan produk dari suatu perusahaan.

c. Kesiediaan Merekomendasikan

Suatu perusahaan biasanya akan mencoba meminta para konsumen tetap mereka untuk merekomendasikan barang atau produk mereka, baik produk baru mereka maupun yang lama.

d. Menciptakan Keputusan menggunakan Pelayanan dari Perusahaan Yang Sama

Jika seorang konsumen sudah merasa puas pada produk suatu perusahaan, maka seorang konsumen pasti akan mencari produk yang lain pada perusahaan tersebut dikarenakan konsumen sudah menilai produk dari perusahaan tersebut bagus dan sesuai dengan apa yang inginkan konsumen.

e. Menciptakan Citra Merk

Merk pada suatu perusahaan bisa dikenal oleh khalayak umum apabila produk dari nama merk tersebut sudah bisa membuat kepuasan pada semua konsumennya

3. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat adalah variabel yang di duga sebagai akibat atau di pengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Loyalitas Pelanggan (Y_1). Menurut Engel (2015: 144), Loyalitas juga didefinisikan sebagai komitmen mendalam untuk membeli ulang atau mengulang pola prefensi produk atau layanan di masa yang akan datang, yang menyebabkan pembelian berulang merek yang sama atau suatu set merek yang sama, walaupun ada keterlibatan faktor situasional dan upaya-upaya pemasar yang berpotensi menyebabkan perilaku berpindah merek.

Menurut Tjiptono (2017) ada 6 indikator konsumen yang loyal yaitu:

- a. Pembelian ulang.
- b. Kebiasaan menggunakan JNE Cabang Ponorogo.
- c. Sangat suka menggunakan JNE Cabang Ponorogo.
- d. Ketetapan pada JNE Cabang Ponorogo.
- e. Keyakinan bahwa JNE Cabang Ponorogo terbaik

- f. Merekomendasikan pada orang lain.

F. Teknik Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis Kuantitatif, yaitu teknik pengolahan data dimana data-data tersebut berbentuk angka-angka yang diperoleh dari data suatu perusahaan/tempat penelitian. Adapun yang termasuk analisis data kuantitatif adalah sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini instrumen penelitian yang digunakan adalah berupa kuesioner tertutup dengan digunakan skala likert dimana alternatif jawaban nilai 5 sampai dengan 1 pemberian skor dilakukan atas jawaban pertanyaan baik mengenai Kualitas Pelayanan, Kepuasan pelanggan (Y_2) maupun Loyalitas Pelanggan (Y_1).

Adapun pengujian instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin di ukur, maka kuesioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin di ukurnya, (Ghozali, 2013). Perhitungan uji validitas dengan menggunakan bantuan aplikasi komputer yaitu SPSS. Teknik yang di gunakan untuk uji validitas menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson*.

Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x^2)\}\{n \sum y^2 - (\sum y^2)\}}}$$

r_{xy} : korelasi product moment
 x : Total nilai keseluruhan per item

Nilai korelasi (r) dibanding dengan 0,05 dan r tabel. Jika korelasi (r) lebih besar dari 0,05 dan t_{tabel} maka pernyataan yang dibuat bisa dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama, dengan bantuan program IBM SPSS 22.00 bila koefisien cronbach alpha lebih besar dari 0,7 maka reliabilitas tercapai.

Menurut Ghazali (2013). Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Dalam penelitian ini untuk uji reliabilitas menggunakan teknik koefisien *cronbach alpha* dengan rumus sebagai berikut:

Adapun rumus yang digunakan adalah :

Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$r_{II} = \left\{ \frac{K}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right\}$$

Dimana :

r_{II} : Reliabilitas instrumen

K : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$: Jumlah varian butir

$\sigma^2 t$: Varian total

Menurut Sugiyono (2014: 61), pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

- 1) *Conbach's alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk
- 2) *Conbach's alpha* $0,6 - 0,76$ = reliabilitas diterima
- 3) *Conbach's alpha* $0,8$ = reliabilitas baik.

2. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Path analysis bertujuan untuk menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung antara hubungan tiga variabel atau lebih dan tidak dapat digunakan untuk menyetujui maupun menolak dari hipotesis kausalitas imajiner (Ghozali, 2018). Analisis jalur yang digunakan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan pelanggan. Dari hasil analisis jalur ini juga akan diketahui pengaruh variabel secara parsial, baik melalui Kualitas Layanan atau Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Adapun kriteria hasil pengujian secara parsial dengan tingkat kepercayaan atau taraf signifikan yang digunakan 5% atau sebesar 95% sebagai berikut:

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Analisis jalur dengan tiga persamaan dirumuskan sebagai berikut:

$$Y_1 = \alpha_1 + cX$$

$$Y_2 = X_2 + aX$$

$$Y_1 = X_2 + cX + bM$$

$$M = Y_2 =$$

dimana:

Y_1 = Variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan

Y_2 = Variabel mediasi yaitu Kepuasan pelanggan

X = koefisien Kualitas Layanan

a = koefisien jalur X ke Y_2

b = koefisien jalur Y_2 ke Y_1

c = koefisien jalur X ke Y_1

M = koefisien mediasi

(Sumber : Penjabaran rumus *path analysis* dari Ghazali, 2018)

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) menurut Ghazali (2018) mempunyai tujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) terletak pada 0 dan 1. Klasifikasinya yaitu 0 (tidak terdapat korelasi), 0-0,49 (korelasi lemah), 0,50 (korelasi moderat), 0,51-0,99 (korelasi kuat), 1,00 (korelasi sempurna). Apabila nilai R^2 kecil artinya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas, sedangkan nilai R^2 yang mendekati 1 artinya variabel independen hampir memberikan informasi seluruhnya yang dibutuhkan variabel dependen.

4. Uji Sobel

Pengujian hipotesis mediasi untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada JNE Cabang Ponorogo (rumusan masalah 4) dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (dalam Ghazali, 2018) dan dikenal dengan uji Sobel

(Sobel tes). Uji Sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh signifikan X ke Y1 lewat Y2 (apakah mampu sebagai mediator dalam hubungan tersebut atau tidak). Rumus uji Sobel adalah sebagai berikut:

$$Y2 = \frac{ab}{\sqrt{b^2 + SE_a^2 + (a^2 SE_b^2)}}$$

Keterangan:

Y2 = Variabel mediasi yaitu Kepuasan pelanggan

a = koefisien regresi variabel independen terhadap variabel mediasi

b = koefisien regresi variabel mediasi terhadap variabel dependen

SE_a = *Standart error of estimation* dari pengaruh variabel independen terhadap variabel mediasi

SE_b = *Standart error of estimation* dari pengaruh variabel mediasi terhadap variabel dependen

Baron dan Kenny (Ghozali, (2018) menyebut suatu variabel disebut mediator jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel *prediktor* (independen) dan *kriterion* (dependen). Model mediasi memiliki hipotesis bahwa variabel independen mempengaruhi variabel mediator, yang pada gilirannya mempengaruhi variabel dependen. Mediasi sempurna (*perfect mediation*) terjadi ketika tidak adanya efek variabel independen ke dependen ketika variabel mediator dimasukkan dalam persamaan. Namun jika efek variabel independen ke dependen menurun namun tidak sama dengan nol dengan memasukan mediator, maka terjadi mediasi parsial.

Variabel Mediasi (Y2) disebut sebagai mediator jika terpenuhi kriteria berikut (Ghozali, 2018):

a. Persamaan I, X secara signifikan mempengaruhi Y2

- b. Persamaan II, X secara signifikan mempengaruhi Y1
- c. Persamaan III, Y2 secara signifikan mempengaruhi Y1

Berdasarkan hasil estimasi ketiga model regresi tersebut, ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi untuk tercapainya mediasi.

- a. Variabel independen (X) harus mempengaruhi variabel mediator (Y2) ($c \neq 0$) (persamaan 1).
- b. Variabel independen (X) harus mempengaruhi variabel dependen (Y1) ($a \neq 0$) (persamaan 2).
- c. Variabel mediator (Y2) harus mempengaruhi variabel dependen (Y1) ($b \neq 0$) (persamaan 3).
- d. Mediasi terjadi jika angka hasil pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y1) lebih kecil dari pada pada pengaruh variabel mediasi (Y2) terhadap variabel dependen (Y1) (Ghozali, 2018).

