

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek/ Subyek Penelitian

Menurut Sugiyono (2015) obyek penelitian adalah suatu atribut atau penilaian orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian kali ini peneliti memilih obyek pada perusahaan jasa pengiriman barang JNE (Jalur Nugraha Ekakulir) di Kota Yogyakarta. Pemilihan JNE untuk jasa pengiriman barang karena banyaknya pelanggan di Indonesia yang memakai jasa pengiriman barang JNE, sehingga JNE ditetapkan sebagai *Top Brand Award* dalam kategori jasa kurir.

Subyek adalah satu dari anggota sampel (Sekaran, 2006). Subyek penelitian merupakan informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Sejalan dengan definisi tersebut. Peneliti mendeskripsikan subyek penelitian terhadap kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan citra pada perusahaan jasa pengiriman barang sebagai sasaran pengamatan atau informan pada suatu penelitian yang diadakan oleh peneliti. Subyek pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa pengiriman barang JNE, dan penelitian dilakukan di Kota Yogyakarta, sehingga dapat mempermudah peneliti dalam pengumpulan data.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh melalui pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuesioner atau lisan dengan metode wawancara (Sarwono, 2005). Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode pengambilan data melalui teknik kuesioner yang diperoleh dengan mengajukan daftar pertanyaan tertulis kepada responden pelanggan jasa pengiriman barang JNE.

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu masalah yang dibawa peneliti harus sudah jelas, atau terstruktur. Pendekatan kuantitatif menggunakan pengukuran terhadap suatu fenomena sosial, kuantitatif lebih mementingkan metode pengukuran dan sampling (Sugiyono, 2015).

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Non-Probability Sampling*, menurut Sugiyono (2015) teknik *Non-Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang, atau kesempatan sama bagi setiap unsur, atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode yang digunakan adalah *Purposive Sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015). Dalam kriteria pemilihan sampel penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa pengiriman barang JNE di Kota Yogyakarta minimal sebanyak 2 kali.

Sampel (*sample*) merupakan subset atau subkelompok populasi (Sekaran, 2006). Pada penelitian kali ini sampel menggunakan kuesioner, dan yang dijadikan sebagai anggota sampel adalah siapa saja yang kebetulan dijumpai oleh peneliti di Kota Yogyakarta dan pernah menggunakan jasa pengiriman barang JNE di Kota Yogyakarta. Hal ini dikarenakan belum diketahui jumlah pasti pelanggan jasa pengiriman barang. Menurut Hair *et al* (2010) jumlah sampel minimal 5 kali dari jumlah indikator. Hair *et al* (2010) juga mengemukakan bahwa ukuran sampel yang sesuai berkisar antara 100-200 responden. Pada penelitian ini jumlah sampel 155 responden yang dirasakan sudah cukup untuk mewakili populasi.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2015).

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui survey lapangan (*field survey*), diantaranya menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2015) kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert* 5 poin. Berikut ini adalah penjelasan 5 poin skala *likert* :

- 1) Sangat tidak setuju
- 2) Tidak setuju
- 3) Netral
- 4) Setuju
- 5) Sangat setuju

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalahan dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah dalam judul proposal. Variabel pada penelitian ini meliputi kualitas pelayanan dan citra sebagai variabel independen, variabel loyalitas sebagai dependen, dan kepuasan sebagai variabel *intervening*. Dalam penelitian ini definisi operasional terbagi sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2012) kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Dengan meningkatnya persaingan yang terus berkelanjutan, kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi sangat penting peranannya dalam ruang lingkup bisnis. Pada variabel kualitas pelayanan, ada 22 indikator pertanyaan menurut Parasuraman *et al* (1988) dalam Ladhari *et al* (2011):

- a. Memiliki peralatan modern
- b. Fasilitas fisik secara visual menarik
- c. Karyawan berpenampilan rapi
- d. Fasilitas fisik sesuai dengan jenis jasa yang ditawarkan
- e. Berjanji untuk melakukan sesuatu dengan waktu yang ditentukan
- f. Tulus dalam memecahkan masalah
- g. Melakukan layanan yang tepat sejak pertama kali
- h. Menyediakan layanan dan pada saat itu berjanji untuk melakukannya
- i. Sistem pencatatan yang akurat dan bebas dari kesalahan
- j. Karyawan memberitahu kepastian waktu dengan jelas
- k. Karyawan memberikan layanan yang cepat
- l. Karyawan selalu bersedia untuk membantu
- m. Karyawan tidak terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan
- n. Perilaku karyawan menanamkan kerahasiaan pelanggan
- o. Merasa aman dalam transaksi
- p. Karyawan secara konsisten bersikap sopan
- q. Karyawan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan
- r. Memberikan perhatian individu
- s. Memiliki jam operasi yang nyaman
- t. Memiliki karyawan yang memberikan perhatian pribadi
- u. Memiliki perhatian terbaik
- v. Karyawan memahami kebutuhan spesifik

2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dilandasi pula dengan gagasan bahwa pelanggan yang puas cenderung lebih loyal, tidak mudah ‘tergoda’ untuk beralih ke perusahaan atau pemasok yang menawarkan harga lebih murah, dan berpotensi menyebarluaskan pengalaman positifnya kepada orang lain (Tjiptono, 2011). Variabel kepuasan memiliki 4 indikator, berikut merupakan indikator pertanyaan kepuasan pelanggan menurut Schiffman dan Kanuk (2007):

- a. Puas dengan tingkat layanan yang disediakan agen
- b. Puas berbicara dengan agen
- c. Puas dengan informasi yang diterima

3. Citra Perusahaan

Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek sangat ditentukan oleh keyakinan mereka akan Citra (*image*) objek tersebut. Terciptanya suatu Citra perusahaan yang baik dimata publik akan memberikan banyak keuntungan. Citra perusahaan menjadi alat penting memperkuat, mempertahankan pelanggan, dan memaksimalkan keuntungan. Pada variabel citra terdapat 3 indikator menurut Nguyen dan LeBlanc (2001) dalam Ladhari *et al*, (2011), yaitu :

- a. Selalu memiliki kesan yang baik
- b. Memiliki citra yang baik di benak konsumen
- c. Memiliki citra yang lebih baik dibandingkan pesaingnya

4. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang tinggi untuk membeli kembali suatu produk atau jasa yang disukai di masa mendatang, disamping pengaruh situasi dan usaha pemasar dalam merubah perilaku. Dengan kata lain konsumen akan setia untuk melakukan pembelian ulang secara terus-menerus. Untuk melengkapi penelitian, pada variabel loyalitas terdapat 3 indikator pertanyaan menurut Kotler dan Keller (2012), yaitu :

- a. Kesetiaan terhadap pembelian produk
- b. Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan
- c. Mereferensikan secara total esistensi perusahaan

F. Uji Kualitas Instrumen

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2015). Secara spesifik fenomena ini disebut variabel penelitian. Berikut penjelasan untuk menguji kualitas instrumen, yaitu:

1. Uji Validitas

Sekaran (2006) mengemukakan untuk mengetahui layak tidaknya kuesioner perlu diuji dengan menggunakan uji validitas. Uji validitas menunjukkan seberapa baik atau kevalidan suatu instrumen. Hal tersebut dinilai melalui validitas konvergen (*convergent validity*) dan validitas diskriminan (*discriminant validity*). Validitas konvergen terpenuhi jika skor yang diperoleh dengan dua instrumen berbeda yang mengukur konsep yang sama menunjukkan korelasi tinggi. Validitas diskriminan terpenuhi jika,

berdasarkan teori, dua variabel diprediksi tidak berkorelasi, dan skor yang diperoleh dengan mengukurnya benar-benar secara empiris membuktikan hal tersebut. Uji validitas menggunakan teknik korelasi *Product Moment pearson*. Menurut Ghozali (2011) jika nilai signifikan yang diperoleh dari setiap indikator $< 0,05$, maka dinyatakan valid. Uji Validitas diolah menggunakan program SPSS 21.0 *for Windows*.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (bebas kesalahan) dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam *item* dalam instrumen. Dengan kata lain, reliabilitas merupakan indikasi mengenai stabilitas dan konsistensi di mana instrumen mengukur konsep dan membantu menilai “ketepatan” sebuah pengukuran (Sekaran, 2006).

Pengukuran reliabilitas pada penelitian ini dibuktikan dengan menguji konsistensi dan stabilitas. *Alpha cronbach's* adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baik *item* dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. *Alpha cronbach's* dihitung dalam hal rata-rata interkorelasi antar-*item* yang mengukur konsep. Menurut Sekaran (2006) diberikan ketentuan bahwa *alpha cronbach's* dapat diterima jika $> 0,6$. Semakin dekat *alpha cronbach's* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsisten internal. Uji reliabilitas diolah menggunakan SPSS 21.0 *for Windows*.

G. Analisis Data dan Uji Hipotesis

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul (Sugiyono, 2015). Penelitian ini ditujukan untuk menguji dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan. Data diolah dengan bantuan *Software SPSS versi 21.0 for Windows*.

1. Analisis Data

Pada penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, analisis regresi linier berganda, dan analisis jalur (*path analysis*). Hipotesis 1 (H1) diuji menggunakan regresi linier sederhana. Hipotesis 2 (H2), hipotesis 3 (H3), hipotesis 4 (H4), hipotesis 5 (H5), dan hipotesis 6 (H6) diolah menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan *SPSS versi 21.0 for Windows*. Selanjutnya, untuk menguji hubungan tidak langsung hipotesis 7 (H7), dan hipotesis 8 (H8) diuji menggunakan analisis jalur. Alat analisis jalur (*path analysis*) ini digunakan karena dalam penelitian ini terdapat variabel intervening yaitu variabel kepuasan pelanggan. Berikut penjelasan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

a. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif menurut Ghazali (2011) memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standard deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness. Analisis deskriptif digunakan untuk

mendesripsikan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif yang menghasilkan nilai rata-rata, maksimum, minimum, dan standar deviasi untuk mendeskripsikan variabel penelitian sehingga secara kontekstual mudah untuk dipahami.

b. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk memperkirakan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2011) dinyatakan bahwa regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya), jadi analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (Sugiyono, 2010).

d. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Pada penelitian ini alat analisis data menggunakan analisis jalur (*path analysis*), menurut Ghozali (2011) merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda, atau analisis jalur adalah perluasan

analisis regresi untuk menaksir hubungan kualitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.

Langkah-langkah dalam analisis jalur menurut Ghazali (2011) adalah sebagai berikut :

1. Melakukan regresi persamaan pertama, yaitu antara variabel independen dengan variabel intervening
2. Melakukan regresi persamaan kedua, yaitu antara variabel independen, dan variabel intervening terhadap variabel dependen.
3. Melakukan uji mediasi dengan melakukan uji sobel dengan ketentuan mediasi diterima jika nilai t hitung > nilai t tabel.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan F (Uji F)

Menurut Ghazali (2011) statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah semua parameter sama dengan nol, atau:

$$H_0 : b_1 = b_2 \dots\dots\dots = b_k = 0$$

Artinya apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_A) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau:

$$H_A : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$$

Artinya, semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk menguji hipotesis ini, digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut (Ghozali, 2011) :

- 1) *Quick look*: bila nilai F lebih besar daripada 4 maka H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%. Dengan kata lain hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_A .

b. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2011) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) sama dengan nol, atau:

$$H_0 : b_i = 0$$

Artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_A) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_A : b_i \neq 0$$

Artinya, variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Cara melihat hasil uji t menurut Ghozali (2011) adalah sebagai berikut:

- 1) *Quick look*: bila jumlah *degree of freedom* (df) adalah 20 atau lebih, dan derajat kepercayaan sebesar 5%, maka H_0 yang menyatakan $b_i = 0$ dapat ditolak bila nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai *absolute*). Dengan kata lain hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistic t hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai t table, maka hipotesis alternatif diterima yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.