

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek/Subjek Penelitian

1. Objek

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data, objek pada penelitian ini adalah JNE Yogyakarta.

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian menurut Suharsimi Arikonto tahun (2016) mempunyai peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian itulah data tentang variabel yang penelitian amati, Subjek penelitian ini adalah konsumen JNE Yogyakarta

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer. Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi (Skaran, 2006)

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah tanggapan responden yang diperoleh dari hasil kuesioner tentang *word of mouth*, lokasi perusahaan, kualitas layanan, persepsi harga, dan keputusan pemakaian jasa yang disebarkan kepada sampel yang telah ditentukan sebelumnya.

C. Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling*, dengan metode *purposive sampling*. Pengambilan sampel dalam penelitian ini terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan karena mereka memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Sekaran, 2006).

Kriteria yang digunakan adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa pengiriman paket JNE, sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dengan metode survey menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada konsumen yang pernah melakukan pemakaian jasa pengiriman paket JNE Yogyakarta

E. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015), definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Adapun yang menjadi definisi operasional pada penelitian ini adalah :

Tabel 3.1 definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Devinisi Variabel	Indikator	Sumber
<i>Word of mouth</i> (X1)	<i>Word of mouth</i> adalah Proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membicarakan 2. Mempromosikan 3. Merekomendasikan 	Brown <i>et.al</i> (2005)
Lokasi (X2)	Lokasi adalah Tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas 4. Tempat parkir 	Tjiptono (2010)
Kualitas pelayanan (X3)	Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangible</i> (bukti fisik) 2. <i>Reliability</i> (keandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (ketanggapan) 4. <i>Assurance</i> (jaminan) 5. <i>Empathy</i> (empati) 	Philip Kotler (2008)

Variabel	Devinisi Variabel	Indikator	Sumber
Persepsi harga (X4)	Persepsi harga adalah bagaimana cara konsumen memandang harga secara mahal, murah, normal dan mempunyai pengaruh yang kuat pada minat pembelian dan kepuasan pembelian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan manfaat 3. Daya saing harga 	Stanton W (1994)
Keputusan pemakaian jasa (Y)	Keputusan pemakaian jasa atau lebih dikenal sebagai keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen mau membeli atau tidak terhadap produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan 2. Rekomendasi 3. Evaluasi 4. Keputusan pembelian 5. Keputusan setelah pembelian 	Kotler dan Armstrong (2008)

Skala pengukuran yang digunakan untuk indicator-indikator pada variabel dependen dan variabel independen adalah dengan menggunakan skala likert (1-5). Menurut Skaran (2006), Skala Likert merupakan skala interval yang secara spesifik menggunakan lima pilihan yaitu:

- 1) Skala 1 mengidentifikasi Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2) Skala 2 mengidentifikasi Tidak Setuju (TS)
- 3) Skala 3 mengidentifikasi Netral (N)

- 4) Skala 4 mengidentifikasi Setuju (S)
- 5) Skala 5 mengidentifikasi Sangat Setuju (SS)

F. Uji Kualitas Instrumen dan Data

Uji instrument pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas

1. Uji Validitas

Yang dimaksud uji validitas adalah suatu instrumen dapat dipercaya kebenarannya sesuai kenyataan, uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut Skaran (2006) instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid, dengan kata lain instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dapat dikatakan valid jika bernilai positif, pada tingkat kepercayaan 95% atau toleransi kesalahan 5%. Uji validitas dapat dilakukan dengan software SPSS.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Skaran (2006) instrument yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Berdasarkan definisi diatas, maka realibilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian dan kekonsistenan. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Maka semakin tinggi

tingkat reliabilitas suatu alat pengukur maka semakin stabil pula alat pengukur tersebut.

Uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, suatu instrument dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Uji ealibilitas dapat dilakukan dengan software SPSS.

G. Analisis Data dan Hipotesis

Analisis data menggunakan uji Regresi Linier Berganda Sugiyono (2015) menyatakan bahwa regresi linier berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana, perbedaan penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas (independent). Penerapan metode regresi linier berganda jumlah variabel bebas (independent) yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi variabel tak bebas (dependent).

Dalam penelitian ini terdapat empat beberapa variabel bebas yaitu *word of mouth* (X1), lokasi (X2), kualitas layanan (X3), dan persepsi harga (X4), yang berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

Maka persamaan regresi linier berganda dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y= Keputusan Pemakaian Jasa

b1=Koefisien regresi antara *Word of Mouth* dengan Keputusan Pemakaian Jasa

b2= koefisien regresi antara Lokasi dengan Keputusan Pemakaian jasa

b3=koefisien regresi antara Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pemakaian Jasa

b4=Koefisien regresi antara Persepsi Harga dengan Keputusan Pemakaian Jasa

X1= Variabel *Word of Mouth*

X2= Variabel lokasi

X3= Variabel Kualitas Pelayanan

X4= Variabel Persepsi Harga

e = *Standard Error*

Untuk melakukan pembuktian hipotesis dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik sebagai berikut:

1. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terkait (Y). dalam penelitian ini menunjukkan apakah variabel bebas (X) yang terdiri dari variabel *Word of mouth*, lokasi, kualitas pelayanan dan persepsi harga layak untuk menjelaskan variabel terkaitnya yaitu keputusan pemakaian jasa (Y). Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$) maka model regresi signifikan secara statistik.

2. Uji Determinasi (R^2)

koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan kemampuan dalam menerangkan secara bersama-sama variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 semakin besar proporsi variabel dependen dijelaskan variabel independen. Semakin mendekati 1 semakin baik nilai R^2

tersebut. Dalam penelitian ini koefisien determinasi yang digunakan adalah koefisien yang telah disesuaikan (*adjusted R²*)

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t adalah untuk menguji keberhasilan koefisien regresi secara parsial (Sugiyono, 2015). Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara parsial mempengaruhi variabel terikat. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.