

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Berdasarkan datanya penelitian ini dikategorikan ke dalam penelitian kuantitatif. Sugiyono (2009:13) mendefinisikan penelitian kuantitatif adalah sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*, yaitu suatu metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu (Jogiyanto, 2004). Metode *survey* digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuisioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti eksperimen), (Sugiyono, 2009:11).

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di seluruh wilayah kabupaten Gresik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono. 2009:115). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini pelanggan jasa kurir J&T express di kabupaten Gresik.

3.3.2.Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. (Sugiyono, 2009:116). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Non Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2009:120). Pengambilan sampel diambil dengan menggunakan metode jenis *purposive sampling*, karena didalam menentukan sampel ada pertimbangan kriteria tertentu, yaitu sampel haruslah pelanggan J&T Express cabang Gresik yang menggunakan jasa kurir J&T Express minimal 2 kali.

Pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, oleh karena itu untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut menggunakan rumus sebagai berikut (Rumus Slovin) :

$$n = \frac{Z^2}{4 \text{ Moe}^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% (1,96)

Moe = *Margin of error maximal* adalah tingkat kesalahan maksimal pengembalian sampel yang masih dapat di toleransi sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil adalah sebesar :

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,10)^2}$$

n = 96,04 Dibulatkan menjadi 96

Dengan demikian jumlah sampel penelitian ini sebesar 96 responden.

3.4 Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Kualitas Layanan

Kualitas Layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Indikator kualitas pelayanan jasa terdapat 5 dimensi antara lain:

- a. *Tangibles* (bukti langsung)
- b. *Reliability* (keandalan)
- c. *Responsiveness* (daya tanggap)
- d. *Assurance* (jaminan)

- e. *Empathy* (kepedulian).

3.4.2 Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah upaya untuk menawarkan nilai tambah atau intensif sebuah produk yang ditujukan kepada pelanggan dengan tujuan melakukan pembelian secara langsung. Indikator membentuk promosi yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu (Blattberg dan Neslin, 1990):

- a. Promosi penjualan dapat mendorong pembelian
- b. Jangka waktu promosi penjualan
- c. Penggunaan alat promosi penjualan

3.4.3 Kepuasan

Definisi kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan apa yang diharapkan.

Adapun indikator-indikator dari kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah (Rangkuti, 2009):

- a. Nilai Pelanggan
- b. Respon Pelanggan
- c. Persepsi Pelanggan

3.4.4 Loyalitas Pelanggan

Definisi Loyalitas Pelanggan (*customer loyalty*) Secara harfiah loyal berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan dari para pelanggan suatu barang atau jasa yang timbul tanpa adanya paksaan. Dalam mengukur loyalitas, Griffin (2002) mengungkapkan ada beberapa indikator sebagai berikut :

- | | |
|--------------------------------------|---------------|
| b. Jawaban S (Setuju) | diberi skor 4 |
| c. Jawaban RR (Ragu-Ragu) | diberi skor 3 |
| d. Jawaban TS (Tidak Setuju) | diberi skor 2 |
| e. Jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) | diberi skor 1 |

3.6 Jenis dan Sumber Data

3.6.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti (Sudarsono, 2006:55). Data primer dari penelitian ini berasal dari kuisisioner yang diisi oleh responden (pelanggan J&T Express cabang Gresik)

3.6.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari lembaga atau institusi tertentu (Sudarsono, 2006:55). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari pihak manajemen J&T Express cabang Gresik berupa data pelanggan J&T Express cabang Gresik maupun data member VIP pelanggan J&T cabang Gresik.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan koresponden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2009:199). Responden diberi pilihan dalam menjawab berdasarkan skala. Skala Likert adalah salah satu

alat ukur (mengumpulkan data dengan cara “mengukur-menimbang”) yang setiap butir pertanyaannya memuat pilihan yang berjenjang.

3.8 Teknik Analisis

Analisis data yang akan dilakukan dalam penelitian ini terbagi kedalam beberapa tahap yaitu sebagai berikut.

3.8.1 Uji Validitas

Sebelum data diolah dan dianalisis, maka terlebih dahulu harus dilakukan pengujian terhadap kualitas data dan untuk mengetahui kesungguhan para responden dalam menjawab pertanyaan yakni dengan uji validitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur korelasi masing – masing indikator pertanyaan dengan dimensinya atau mengetahui bahwa indikator penyusun merupakan bagian dari dimensi dengan menggunakan hipotesis sebagai berikut (Azwar. 1996)

Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Dengan membandingkan nilai r_{hitung} dari hasil output (*Corrected Item-Total Correlation*) dengan r_{tabel} , jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka butir pertanyaan tersebut adalah valid, tetapi jika r_{hitung} lebih kecil daripada r_{tabel} maka butir pertanyaan tersebut tidak valid (Ghozali, 2009:45).

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Wahyono (2001:251), reliabilitas adalah kemantapan atau stabilitas antara hasil pengamatan dengan instrumen atau pengukuran. Jika diumpamakan sebagai barang, barang tersebut diamati dalam keadaan tetap, baik dalam pada pengamatan pertama, kedua, ketiga dan seterusnya. Untuk uji

reliabilitas ini digunakan teknik *Alpha Cronbach*, suatu instrumen dikatakan reliabel apabila koefisien kehandalan atau nilai alpha sebesar 0,6 atau lebih. Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 (Bhuono, 2006;72)

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas/independen (Ghozali, 2009). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Deteksi untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini dapat dilakukandengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*, dan nilai *tolerance*. Gejala tidak terjadi multikolinearitas terjadi apabila nilai VIF lebih kecil dari 10 serta nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10.

3.8.3.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksi adanya

heterokedasitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafiks *catterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*standardized* (Ghozali, 2009). Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah (Ghozali,2009):

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi. Menurut Ghozali (2009), model regresi yang baik harus memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah (Ghozali, 2009):

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafk histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ialah suatu metode analisis dalam ilmu statistika yang berguna untuk mengukur hubungan matematis antara lebih dari 2 peubah. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Bentuk umum persamaan regresi linier berganda sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

- a : Konstanta
- Y : Loyalitas pelanggan
- b1 b2 b3 : Koefisien regresi
- X₁ : Harga
- X₂ : Kualitas layanan
- X₃ : Promosi
- X₄ : Kepuasan
- e : Error

3.8.5 Uji Kelayakan Model

3.8.5.1 Uji Koefisien Determinasi

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau presentase total variasi dalam variabel dependen yang diterangkan oleh variabel independen secara

bersama-sama. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel-variabel bebas dapat menerangkan dengan baik variabel terikat. Dengan *R Square* dalam model *summary* yang dihasilkan oleh SPSS, dimana nilai koefisien determinasi terjadi antara 0 sampai 1. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Apabila nilai R^2 mendekati angka 1 maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependennya. Untuk mengevaluasi model regresi terbaik, penelitian ini berpatokan pada nilai *Adjusted R Square* atau koefisien determinasi yang sudah disesuaikan karena apabila memakai nilai *R square* akan menimbulkan suatu bias yang dapat meningkatkan R^2 jika ada penambahan variabel independen. Berbeda dengan *R square*, nilai *Adjusted R Square* tidak akan menimbulkan bias karena nilai *R square* dapat naik atau turun apabila sebuah variabel independen ditambahkan dalam model.

3.8.6 Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan pada penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan, dilakukan dengan pengujian secara parsial menggunakan uji t

3.8.6.1 Uji t

Uji t ini digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, apakah mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak. Penelitian ini dilakukan dengan melihat pada *Coefficients*

yang membandingkan *Unstandardized Coefficients B* dan *Standard error of estimate* sehingga didapatkan hasil yang dinamakan t hitung.

Sebagai dasar pengambilan keputusan digunakan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $< 0,005$, maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen
2. Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $> 0,005$ maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen