

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, metode kuantitatif adalah metode yang di gunakan terhadap data yang berwujud angka-angka dan cara pembahasannya denga uji statistik, teknik perhitungan secara kuantitatif matematik dapat dilakukan sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum didalam suatu parameter (Sugiyono, 2014)..

3.2 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 1

Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Oprasional	Indikator	Sumber
Kinerja Layanan	Kinerja layanan adalah kinerja yang diberikan perusahaan kepada konsumen dalam menilai kualitas dari pelayanan yang konsumen benar-benar rasakan.	1. Outcome 2. Method 3. Service 4. Relationship 5. Global 6. Problem Identification	Instrumen dikembangkan Patterson dan Spreng (1998) dalam Soenhadji (2007)

Variabel	Definisi Oprasional	Indikator	Sumber
Kepercayaan	Kepercayaan merupakan kepercayaan dari para konsumen dalam menggunakan jasa tersebut	<p>1.Rasa percaya perusahaan memberikan informasi yang benar</p> <p>2.Rasa percaya perusahaan menanggapi keluhan pelanggan</p> <p>3.Rasa percaya perusahaan memenuhi janjinya</p> <p>4.Rasa percaya bahwa jasa yang ditawarkan aman atau tidak beresiko</p>	Instrumen dikembangkan Oliver (1997) dan Doney dan Cannon (1997) dalam Adi Wahyu Nugroho(2013)
Komitmen	Komitmen adalah keinginan nasabah untuk mempertahankan hubungan yang bernilai dengan perusahaan	<p>1. perusahaan menyesuaikan diri dengan kebutuhan pelanggan.</p> <p>2. perusahaan menawarkan layanan secara personal untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.</p> <p>3. perusahaan sangat fleksibel saat layanan mereka mengalami perubahan</p> <p>4. Perusahaan fleksibel dalam melayani kebutuhan pelanggan.</p>	Instrumen dikembangkan Ndubisi (2007) dalam Yunita Arum Safitri (2011)
Loyalitas Pelanggan	Loyalitas pelanggan merupakan suatu ukuran keterkaitan pelanggan berkaitan dengan kualitas dari pelayanan yang	<p>1. Jasa pengiriman kesukaan</p> <p>2. Jasa pengiriman yang bagus</p> <p>3. Kesetiaan terhadap</p>	Instrumen dikembangkan Roberts, et al dalam Mas'ud (2004) dalam Adi Wahyu Nugroho(2013)

Variabel	Definisi Oprasional	Indikator	Sumber
	benar-benar pelanggan rasakan.	perusahaan (tidak melirik merek lain) 4. Merekomendasikan citra positif 5. Konsistensi pembelian ulang	

Sumber : Hasil kajian dari penelitian terdahulu, 2013

3.3 Data dan sumber data.

3.3.1. Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu dengan menggunakan penelitian survey dengan wawancara dan menyebarkan kuesioner. Serta dalam penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif yaitu metodologi yang berdasarkan data dari hasil pengukuran berdasarkan variabel penelitian yang sudah ada. Objek kajian dari metode penelitian kuantitatif adalah eksak dan ilmu pasti.

3.3.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Data Primer

Data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data primer yakni membutuhkan data atau informasi dari sumber pertama atau yang disebut dengan responden. Data atau informasi dalam penelitian ini diperoleh melalui pertanyaan-pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuesioner atau lisan dengan menggunakan metode wawancara (Sarwono,

2006). Sedangkan menurut Sugiyono (2012) data primer merupakan sumber data secara langsung yang memberikan data kepada pengumpul data.

Pengumpulan data primer pada penelitian ini merupakan tanggapan responden, melalui penyebaran kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan terhadap objek penelitian yaitu ESL Express Jepara

b. Data Sekunder

Data yang sudah ada atau tersedia dan sudah dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder pada umumnya berupa bukti, catatan serta laporan historis yang sudah tersusun baik dalam arsip yang sudah dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan. Menurut Sugiyono (2012) data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dengan membaca, mempelajari dan memahami media lain yang bersumber dari buku serta dokumen perusahaan.

Untuk mendukung penelitian ini, penulis mendapatkan data sekunder dari sumber obyek yang diteliti yaitu data dari pelanggan ESL Express Jepara dan data penjualan dari ESL EXpress Jepara.

3.4 Populasi, Teknik Pengambilan Sampel Dan Jumlah Sampel.

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2005:72) 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. Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah seluruh konsumen yang masih aktif menggunakan jasa pengiriman barang pada ESL Express Cabang Jepara sampai dengan bulan Desember tahun 2018 sebanyak 128 konsumen.

3.4.2 Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Accidental Sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2007:67).

3.4.3 Jumlah sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (jumlahnya lebih sedikit daripada jumlah populasinya). Berdasarkan jumlah populasi sebesar 128 yang menggunakan jasa pengiriman barang pada ESL Express Cabang Jepara, maka dasar pengambilan sampel agar dapat memberikan hasil yang akurat, maka jumlah sampel yang diambil dicari dengan menggunakan rumus Slovin (Umar,2001):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan : n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

Ne^2 = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel

yang masih dapat ditolelir (10%).

Besarnya populasi diketahui sebesar 128 konsumen. Jadi besarnya sampel yang digunakan adalah :

$$\frac{128}{1+128(0,05)^2} = \frac{128}{1+0,32}$$

$$\frac{128}{1,32} = 96,9 \rightarrow n = 97$$

Jadi berdasarkan hasil perhitungan tersebut di atas, maka jumlah sampel terkecil yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen yang masih aktif menggunakan jasa pengiriman barang pada ESL Express Cabang Jepara sampai dengan bulan Desember tahun 2018 sebesar 97 responden.

3.5 Metode pengumpulan data

3.5.1 Kuesioner

Yaitu suatu metode dimana peneliti menyusun daftar pertanyaan secara tertulis yang kemudian dibagikan kepada responden untuk memperoleh data yang berhubungan dengan kegiatan penelitian.

3.5.2 Studi Pustaka

Pengumpulan data yang berasal dari buku-buku literatur serta bacaan lain yang mendukung penelitian ini.

3.6 Metode Pengolahan Data

Pada tahap ini dilakukan kegiatan-kegiatan pendahuluan dari analisi kualitatif yang meliputi :

a. Editing

Editing yaitu proses yang dilakukan setelah data terkumpul untuk melihat apakah jawaban-jawaban pada questionnaire telah terisi semua atau

belum. Editing dalam penelitian ini adalah proses melakukan edit terhadap tanggapan responden pada masing-masing variabel penelitian.

b. Skoring

Skoring merupakan kegiatan yang berupa pemberian nilai (skor) terhadap jawaban responden yang masuk, untuk memperoleh data kuantitatif yang diperlukan dalam pengujian hipotesis. Untuk memberikan penilaian maka perlu adanya penentuan skor berdasarkan skala Likert. Menurut Umar (2005:64) yang dimaksud skala Likert adalah berhubungan dengan pernyataan sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju – tidak setuju, senang – tidak senang dan baik – tidak baik. Responden diminta mengisi pernyataan dalam dengan jumlah kategori sebagai berikut:

- (1) Jawaban (a) Skor 5 Sangat Setuju
- (2) Jawaban (b) Skor 4 Setuju
- (3) Jawaban (c) Skor 3 Netral
- (4) Jawaban (d) Skor 2 Tidak Setuju
- (5) Jawaban (e) Skor 1 Sangat Tidak Setuju

c. Tabulasi

Yaitu pengelompokan atas jawaban-jawaban dengan teliti dan teratur kemudian dihitung dan dijumlah sampai terwujudkan dalam bentuk tabel yang berguna dan berdasarkan tabel ini pula akan dapat dipakai untuk membuat cross data tabel untuk mendapatkan hubungan-hubungan antara variabel- variabel yang ada.

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu analisis yang ditunjukkan pada perkembangan dan pertumbuhan dari suatu keadaan dan hanya memberikan gambaran tentang keadaan tertentu dengan cara menguraikan tentang sifat-sifat dari obyek penelitian tersebut, Umar (2001:36) Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi tanggapan responden terhadap kinerja layanan, kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas pelanggan.

3.7.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yaitu metode analisis data yang diperoleh dari hasil penelitian dengan metode statistik untuk mengukur besarnya antara variabel- variabel yang diteliti (Sugiyono, 2005: 66). Adapun untuk mengetahui hubungan variabel-variabel yang mempunyai hubungan, maka dilakukan pengujian hipotesis dengan perhitungan statistik. Dalam penelitian ini analisis kuantitatif berupa :

3.7.2.1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2001) uji validitas (uji kesahihan) adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah / valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner.

Uji validitas (uji kesahihan) adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah / valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner.

Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Untuk menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir, dengan rumus Pearson Product Moment. Dalam penelitian ini dibantu dengan menggunakan pengujian SPSS.

b. Uji Reliabilitas

Analisis reliabilitas menurut Arikunto (2007:168) menunjuk pada pengertian bahwa suatu instrumen cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Cara menghitung tingkat reliabilitas suatu data yaitu dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Peneliti melakukan pengujian reliabilitas untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variabel. Pengukuran yang reliabel menunjukkan instrumen sudah dipercaya, sehingga akan menghasilkan data yang dapat dipercaya pula. Cara menghitung

tingkat reliabilitas suatu data yaitu dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha (α). Hasil pengujian dikatakan reliabel apabila nilai r Cronbach alpha $> 0,60$ (Nunnaly (1967) dalam Ghozali (2007)).

3.7.2.2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam data, variabel terikat dengan variabel bebas keduanya mempunyai hubungan distribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2007). Uji Normalitas yang digunakan dalam penelitian adalah uji normalitas data. Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam data, variabel terikat dengan variabel bebas keduanya mempunyai hubungan distribusi normal atau tidak. Analisis statistik digunakan mendeteksi normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji statistik.

Test statistik sederhana yang dapat dilakukan berdasarkan nilai Kolmogorov Smirnov. Untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal, maka dapat dilihat dengan Kolmogorov Smirnov Test. Adapun kriterianya adalah:

Angka signifikansi (SIG) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.

Angka signifikansi (SIG) $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.

Apabila terjadi multikolinieritas maka variabel bebas yang berkolinier dapat dihilangkan. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinear menurut perhitungan yang dilakukan program SPSS dengan berpedoman bahwa multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerancinya dan lawannya variance inflation factor (VIF). Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi dan menunjukkan kolinieritas yang tinggi.

Nilai cutoff bagi angka tolerance adalah sebesar 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10, artinya bahwa semua variabel yang akan dimasukkan dalam perhitungan model regresi harus mempunyai tolerance di atas 0,10. Jika lebih rendah dari dari 0,10 maka terjadi multikolinearitas. Sedangkan hasil perhitungan nilai VIF, jika memiliki nilai VIF kurang dari 10, maka tidak mempunyai persoalan multikolinieritas. (Ghozali, 2001:57).

c. Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas berarti varians (variasi) variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau terjadi heterokedastisitas.

Kebanyakan data cross section mengandung situasi heterokedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar). Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas, salah satunya dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot 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-studentized.

Dasar analisis :

(a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.

(b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.7.2.3. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda yaitu suatu uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini merupakan penelitian sampel, menurut Setiawan (2005:249) persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan dalam rumus sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

\hat{Y} = Loyalitas pelanggan

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

X1 = Kinerja layanan

X2 = Kepercayaan

X3 = Komitmen

3.7.2.4. Pengujian Hipotesis

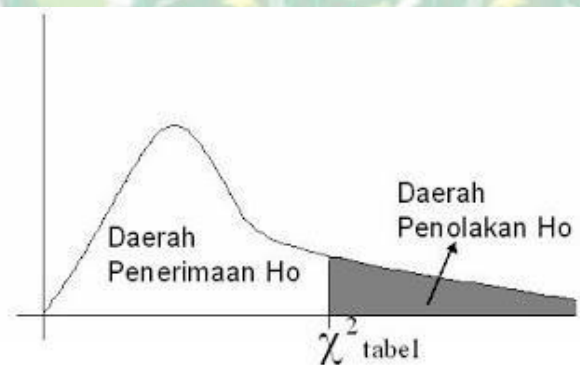
1. Uji Model

a. Uji F Test

Uji model digunakan untuk menguji / mengetahui apakah model regresi yang digunakan cukup baik atau tidak. Uji model dapat dilihat dari nilai F hitung dengan ketentuan sebagai berikut :

(1) Jika $F_{test} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansinya $< 0,05$, maka ada pengaruh antara bebas terhadap variabel terikat. Dengan demikian pengujian model tersebut dikatakan baik

(2) Jika $F_{test} < F_{tabel}$ dan nilai signifikansinya $> 0,05$ maka tidak ada pengaruh antara bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dengan demikian pengujian model dikatakan tidak baik.



Gambar 3.1 Kurva Uji F

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2

yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (crosssection) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut (time series) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali, 2001: 45). Untuk mengetahui besarnya variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square. Nilai Adjusted R Square dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. Nilai R² dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

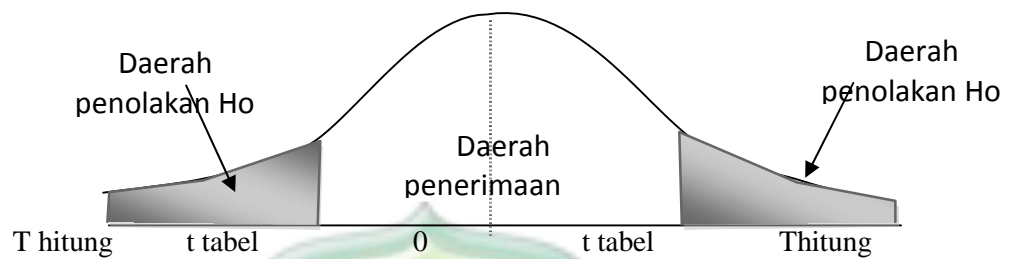
2. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji hipotesis secara parsial yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh kinerja layanan, kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas pelanggan secara parsial, dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis

Ho : $\beta = 0$ Tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

$H_a : \rho \neq 0$ Terdapat pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.



Gambar 3.2 Kurva Uji T

3. Kesimpulan

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.