

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Variabel penelitian dan Definisi operasional variabel

3.1.1. Variabel penelitian

Variabel adalah fenomena yang bervariasi dalam bentuk, kualitas, mutu dan standar (Burhan Bungin, 2005:69) Dari keterangan diatas maka yang dimaksud variabel adalah sesuatu yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dalam penulisan skripsi ini memiliki tiga variabel yaitu :

1. Variabel independen adalah kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2) dan promosi (X3).
2. Variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y)

3.1.2. Definisi operasional

Definisi operasional variabel adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2004).

Tabel 3.2. Definisi operasional

No	Variabel	Pengertian	Indikator
1.	Kualitas Pelayanan (X1) Menurut Philip & Kottler (2005:153, 2009:440)	Kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan yang membandingkan pelayanan yang mereka harapkan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima / rasakan, dimana untuk mengukurnya, digunakan 5 dimensi yaitu <i>Tangible, Reliability, Responsiviness, Assurance, Emphaty</i>	a. Kemampuan memberikan layanan prima b. Mampu memberikan layanan dengan tanggap c. Pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan d. Kelengkapan fasilitas untuk menunjang kenyamanan

2.	Kepercayaan (X2) Menurut Flavian dan Giunaliu (2007)	kepercayaan (trust) adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Kepercayaan terbentuk dari tiga hal, yaitu: Kejujuran, kebajikan, dan kompetensi.	a. Kejujuran b. Kebajikan c. Kompetensi
3.	Promosi (X3) (Mursid, 2003).	Promosi adalah suatu bidang kegiatan pemasaran dan merupakan komunikasi yang dilaksanakan pihak perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan (<i>information</i>), membujuk (<i>persuasion</i>), dan mempengaruhi (<i>influence</i>) yang segala kegiatan itu bertujuan untuk meningkatkan penjualan	b. Informasi c. membujuk d. Mempengaruhi
4.	Kepuasan Konsumen (Y) Kotler & Keller (2012 : 105)	Kepuasan pelanggan merupakan perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan mereka . Jika kinerja tidak memenuhi harapan , pelanggan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan , pelanggan puas . jika kinerja melebihi harapan pelanggan sangat puas atau senang penilaian pelanggan kinerja produk tergantung dari banyak factor , terutama jenis hubungan loyalitas pelanggan dengan merk . Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menguntungkan dari suatu produk dengan merek yang mereka sudah merasa positif	a. Produk atau jasa yang diperoleh sesuai atau lebih yang diharapkan konsumen b. Pelayanan atau kinerja karyawan yang diperoleh sesuai atau lebih yang diharapkan c. Fasilitas penunjang yang diperoleh konsumen

Sumber : Philip & Kottler (2005:153, 2009:440), Flavian dan Giunaliu (2007), (Mursid, 2003). Westbrook & Reilly (dalam Tjiptono 2006:349), Kotler & Keller (2012 : 105)

3.2. Jenis dan sumber data

3.2.1. Jenis data

Data adalah sekumpulan informasi yang diperlukan untuk pengambilan keputusan yang perlu disusun dan disimpan dengan menggunakan metode tertentu, sehingga jika sewaktu-waktu diperlukan segera dapat dicari kembali dengan mudah dan cepat (Mudrajat Kuncoro, 2003). Untuk mendukung penelitian, maka jenis data penelitian yang digunakan yaitu data kuantitatif biasanya dijelaskan dengan angka-angka, (Burhan Bungin, 2005:130)

3.2.2. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data primer adalah yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian, dengan demikian data primer diperoleh dari sumber primer, yaitu sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan (Burhan Bungin, 2005:132)

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan, (Burhan Bungin, 2005:132). Sumber data sekunder diharapkan dapat berperan membantu mengungkap data yang diharapkan. Begitu pula pada keadaan semestinya yaitu sumber data primer dapat berfungsi sebagaimana yang diharapkan, sumber data sekunder dapat membantu memberi keterangan, atau data pelengkap sebagai bahan pembanding.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi ialah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif, daripada karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas (Husaini Usman, 2006).

Menurut Sugiyono (2013:115) 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.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman barang PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Yos Sudarso Jepara dan dilihat dari jumlahnya termasuk dalam populasi yang tidak diketahui.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah penelitian yang menggunakan seluruh anggota populasinya, penggunaan ini berlaku jika anggota populasinya relatif kecil. Untuk anggota populasi yang relatif besar, maka diperlukan sebagian anggota populasi yang dijadikan sampel. (Husaini Usman, 2006:181). Menurut Sugiyono (2013:115) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Sugiyono (2009:85) karena anggota populasi tidak diketahui (*Unknow populations*) maka anggota sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{Z \cdot p \cdot q}{d}$$

Keterangan :

n = jumlah anggota sampel

Z = harga standar normal (1,976)

p = estimator proporsi populasi (0,5)

d = interval/penyimpangan (0,10)

$q = 1-p$

Jadi besarnya jumlah anggota sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,976)(0,5)(0,5)}{0,10} = 97,6$$

Dari hasil perhitungan tersebut diketahui hasil dari jumlah sampel sebesar 97,6 dibulatkan menjadi 97. Jadi jumlah anggota sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 97 responden.

Penelitian ini menggunakan teknik *Sampling Insidental* yaitu 97 responden anggota sampel yang secara kebetulan dijumpai pada saat penelitian dilakukan (Sugiyono, 2013:122).

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel untuk penelitian ini adalah non probability sampling jenis accidental sampling , Non-Probability Sampling merupakan teknik pengambilan sampel tidak dipilih secara acak. Unsur populasi yang terpilih menjadi sampel bisa disebabkan karena kebetulan atau karena faktor lain yang sebelumnya sudah direncanakan oleh peneliti. Accidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristis maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Angket

Metode angket disebut pula metode kuesioner atau dalam bahasa Inggris disebut *questionnaire* (daftar pertanyaan). Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden (Burhan Bugin, 2005:133). Metode ini digunakan untuk mendapatkan tanggapan responden terhadap kinerja karyawan.

Kuesioner yang dipakai disini adalah model tertutup disediakan dan pengukurannya menggunakan *skala likert*. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini tingkat jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap statement atau pertanyaan yang dikemukakan mendahului option jawaban yang disediakan. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- SS : Sangat Setuju dengan nilai : 5
- S : Setuju dengan nilai : 4
- N : Netral dengan nilai : 3
- S : Tidak Setuju dengan nilai : 2
- STS : Sangat Tidak Setuju dengan nilai : 1

2. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. Oleh karena itu observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil

kerja panca indra mata serta dibantu dengan panca indra lainnya (Burhan Bugin, 2005:143). Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lain, yaitu wawancara dan kuesioner, kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada irang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain (Sugiyono, 2014:145). Metode ini penulis gunakan untuk mengobservasi secara langsung atau untuk mengetahui secara umum terhadap kepuasan pelanggan.

3.4. Metode Pengolahan Data

Pengolahan data adalah kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data dilaksanakan. Pada penelitian kuantitatif, pengolahan data secara umum dilaksanakan dengan melalui tahap memeriksa (*editing*), proses pemberian identitas (*coding*) dan proses pembeberan (*tabulating*).

Editing adalah kegiatan yang dilaksanakan setelah peneliti selesai menghimpun data dilapangan. Kegiatan ini menjadi penting karena kenyataannya bahwa data yang terhimpun kadang kala belum memenuhi harapan peneliti, ada diantaranya kurang atau terlewatkan, tumpang tindih, berlebihan bahkan terlupakan.oleh karena itu, keadaan tersebut harus diperbaiki melalui *editing*.

Setelah tahap *editing*, kegiatan berikutnya adalah mengklarifikasi data-data tersebut melalui tahapan koding. Maksudnya bahwa data yang telah diedit tersebut diberi identitas sehingga memiliki arti tertentu pada saat dianalisis. Pengkodean ini menggunakan dua cara, pengkodean frekuensi dan pengkodean lambang. Pengkodean frekuensi digunakan apabila jawaban pada poin tertentu memiliki bobot atau arti frekuensi tertentu. Sedangkan pengkodean lambang digunakan pada poin yang tidak memiliki bobot tertentu.

Tabulasi adalah bagian terakhir dari pengolahan data. Maksud tabulasi adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya (Burhan Bungin, 2005:178).

3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Setelah mendefinisikan variabel secara operasi, maka harus diyakinkan bahwa instrumen yang dibuat harus mengukur senyatanya (berhubungan dengan validitas atau seberapa aktual dapat dikatakan valid) dan seakuratnya (berhubungan dengan reliabilitas atau seberapa akurat dapat diandalkan) (Jogiyanto, 2004). Pengujian ini dilakukan untuk menguji kuesioner yang dipergunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan dan kepuasan karyawan. Berdasarkan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat diperoleh hasil yang benar-benar obyektif, yang dikenal dengan istilah validitas. Selain itu perlu juga diuji konsistensinya yang dikenal dengan istilah reliabilitas. Validitas dan reliabilitas merupakan dua syarat dalam menentukan baik atau tidaknya suatu penelitian.

3.5.1. Uji Validitas

Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner valid dan reliabel, maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor atau butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n - k$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka hasilnya adalah valid.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas alat ukur, menggunakan *cronbach alpha*. Alat ukur ini dinyatakan andal atau *reliable* bila koefisien *cronbach alpha* berkisar 0,6 sampai dengan 0.8 dan untuk menguji validitas butir-butir pertanyaan, menggunakan Corrected Item-Total Correlation. Butir-butir pertanyaan dinyatakan valid atau sah bila nilai korelasinya diatas atau sama dengan 0.2 (Sufreni dan Yonathan Natanael, 2014: 62).

Di dalam penelitian ini digunakan skala likert untuk memberi arti bagi jawaban responden berdasarkan ekspektasi empati dan keandalan terhadap kepuasan pelanggan yang dinyatakan dengan nilai 1-5. Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner tersebut valid dan reliabel, maka dilakukan uji validitas membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan reliabilitas dengan menggunakan *cronbach alpha* berkisar 0,6 sampai dengan 0.8. Akan tetapi menurut Imam Ghozali (2001:41-45) Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi internal instrument pengukuran dengan menggunakan *cronbach alpha*. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *cronbach alpha* lebih dari 0.60

Sedangkan perhitungan bobot penilaian pada kuisisioner kepuasan konsumen dan pelanggan yaitu dengan menggunakan skala likert yaitu skala yang berisi lima tingkatan preferensi jawaban dengan penjelasan:

Tingkat kepuasan	Skor
Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Tidak Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

3.6. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian dengan menggunakan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi uji autokorelasi, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas.

3.6.1. Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk mencari tahu, apakah kesalahan (errors) suatu data pada periode tertentu berkorelasi dengan periode lainnya (Sufreni dan Yonathan Natanael, 2014: 104).

Model regresi ganda yang baik adalah tidak mengalami autokorelasi. Cara untuk mengetahui apakah mengalami atau tidak mengalami autokorelasi adalah dengan mengecek nilai Durbin Watson (DW) syarat tidak terjadi autokorelasi adalah $1 < DW < 3$ dengan kriteria dan keputusan sebagai berikut (Sufreni dan Yonathan Natanael, 2014: 104).

Hipotesis nol	Keputusan	Syarat
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$d_l \leq d \leq d_u$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$3 - d_l < d < 3$
Tidak ada autokorelasi negative	Tidak ada keputusan	$3 - d_u \leq d \leq 3 - d_l$
Tidak ada autokorelasi positif/negatif	Terima	$d_u < d < 3 - d_u$

3.6.2. Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menentukan apakah dalam suatu model regresi linier ganda terdapat korelasi antar variabel. Model regresi

linear ganda yang baik seharusnya korelasi antar variable adalah kecil atau justru sama sekali tidak ada. Dengan kata lain, model regresi linier ganda yang baik adalah yang tidak mengalami multikolinearitas (Sufreni dan Yonathan Natanael, 2014: 105).

Salah satu cara untuk menguji multikolonieritas adalah dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Nilai tolerance dan VIF merupakan nilai yang menunjukkan ada atau tidaknya multikolonieritas. Nilai tolerance harus diantara 0,0-1, atau sama dengan nilai VIF diatas 10 sehingga data yang tidak terkena multikolonieritas nilai toleransinya harus lebih dari 0.10 atau nilai VIF lebih rendah dari 10 (Sufreni dan Yonathan Natanael, 2014: 105)

3.6.3. Normalitas

Proses uji normalitas data dilakukan dengan memperhatikan penyebaran data (titik) *Normal Plot of Regresion Standizzed Residual* dari variabel terikat, dimana (Singgih Santoso, 2000: 58) :

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.4. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah kesalahan (error) pada data kita memiliki varias yang sama atau tidak. Heteroskedastisitas memiliki suatu kondisi bahwa varians error berbeda dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi ganda yang baik adalah tidak mengalami heteroskedastisitas. (Sufreni dan Yonathan Natanael, 2014: 105)

3.7. Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu proses pengolahan data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Penetapan teknik analisis data harus tepat agar dapat memberikan suatu output kesimpulan yang benar dan akurat. Analisis-analisis data yang digunakan ini adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif (Sutrisno Hadi, 2005):

1. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif merupakan bentuk analisis yang berdasarkan dari data yang dinyatakan dalam bentuk uraian. Analisis kualitatif ini digunakan untuk membahas dan menerangkan hasil penelitian tentang berbagai gejala atau kasus yang dapat diuraikan dengan kalimat.

2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah suatu bentuk analisis yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik tertentu. Data kuantitatif harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu untuk mempermudah analisis program SPSS. Untuk mengukur persepsi dari responden yang telah dikumpulkan digunakan Skala Likert (Sugiyono, 2004). Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat para responden.

3. Analisis Regresi

Analisis regresi linier adalah pengembangan analisis regresi sederhana terhadap aplikasi yang terdiri dari dua atau lebih variabel independen untuk menduga nilai dari variabel dependen (Kazmier, 2005). Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel *independent*

mempunyai pengaruh variabel *dependent*. Dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam persamaan sebagai berikut (Sugiyono, 2000 :217):

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Di mana :

X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Kepercayaan

X3 : Promosi

Y : Kepuasan Pelanggan

a : Konstanta

b₁ : Koefisien regresi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan

b₂ : Koefisien regresi antara kepercayaan dengan kepuasan pelanggan

b₃ : Koefisien regresi antara promosi dengan kepuasan pelanggan.

e : Simultan error

3.8. Pengujian Hipotesis Penelitian

3.8.1. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa baik sampel menggunakan data. R^2 mengukur sebesarnya jumlah reduksi dalam variabel *dependent* yang diperoleh dari pengguna variabel bebas. R^2 mempunyai nilai antara 0 sampai 1, dengan R^2 yang tinggi berkisar antara 0,7 sampai 1.

R^2 yang digunakan adalah nilai *adjusted R square* yang merupakan R^2 yang telah disesuaikan. *Adjusted R square* merupakan indikator untuk mengetahui pengaruh penambahan waktu suatu variabel *independent* ke dalam persamaan.

3.8.2. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yang dilihat dari perbandingan nilai signifikansi terhadap nilai kesalahan (α). Dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Dikatakan signifikan apabila nilai signifikansi $< \alpha = 0,05$. Uji parsial untuk mengetahui pengujian hipotesis penelitian.

1. Pengujian hipotesis pertama

H1: Diduga berpengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengujian hipotesis kedua

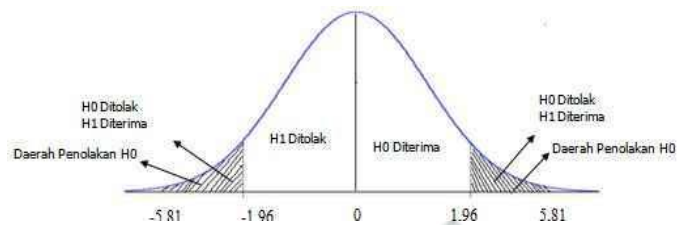
H₂: Diduga empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa empati mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa empati mempunyai pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengujian hipotesis ketiga

H₃: Diduga keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa keandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa keandalan mempunyai pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.



Gambar 3.1. Uji parsial (Uji T)

3.8.3. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh ekspektasi empati dan keandalan terhadap kepuasan pelanggan. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Taraf signifikansi = 0,005 ($\alpha = 5\%$)
2. Derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = n-k$
3. F_{tabel} yang nilainya dari daftar tabel distribusi F



Gambar 3.1. Uji Simultan (Uji F)