

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan struktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2018), yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Sifat Penelitian

Sifat dari penelitian ini adalah pengembangan, penelitian pengembangan adalah suatu sifat penelitian yang dilakukan secara tersusun dan searah untuk memperbaiki dan menambahkan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2018), penelitian pengembangan adalah suatu pengulangan serta mengembangkan penelitian terdahulu dengan mengubah objek, variabel, teknik, tempat, serta waktu. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Arif (2020), dengan judul Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian. Agar membedakan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan

oleh Arif (2020), maka dilakukan pengembangan dengan menambahkan variabel lokasi sebagai variabel bebas dan lokasi penelitian yang dilakukan penulis adalah Jasa Pengiriman Barang JNE Sei Rampah pada periode 2023

C. Lokasi dan Periode Penelitian

1. Lokasi penelitian

Lokasi yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah Jasa Pengiriman Barang JNE Sei Rampah Jalan Jenderal Sudirman Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara.

2. Periode Penelitian

Periode yang ditentukan untuk melakukan penelitian ini dimulai dari bulan Februari tahun 2023 sampai bulan Juli 2023.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang berkunjung dan menggunakan jasa pengiriman barang JNE Sei Rampah. Dimana dari data pelanggan yang diambil dalam penelitian ini dari 3 bulan terakhir, terhitung dari bulan Januari 2023 sampai dengan bulan Maret 2023 adalah sebanyak 1.672 orang.

2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Menurut Sugiyono (2018), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang telah ditentukan, dimana jika populasi besar maka peneliti tidak mempelajari semua populasinya karena adanya keterbatasan sehingga peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Untuk menggunakan jumlah sampel yang ditentukan yaitu dengan menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

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

Keterangan :

N = Jumlah Populasi
n = Jumlah Sampel
e = Error Margin 10%

$$N = 1.672$$

$$n = \frac{1.672}{1 + (1.672 \times 0,1^2)}$$

$$n = 94 = 94 \text{ orang}$$

Dari jumlah pelanggan atau pengunjung pengiriman Jasa Pengiriman Barang JNE Sei Rampah, dapat di simpulkan dengan mencari rata rata dari 3 bulan terakhir untuk mencari sampel dari jumlah pelanggan pengunjung Jasa Pengiriman Barang JNE Sei Rampah setiap bulannya. Dimana dari data tersebut terhitung jumlah populasi 1.672 orang, kemudian untuk mencari jumlah sampel menggunakan rumus *slovin* dengan 94 responden

3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan menurut Sugiyono (2018), sampel yang memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk

dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, *sampling sistematis kuota, aksidental, purposive, jenuh, snowball*. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah “*purposive sampling*”. Menurut Sugiyono (2018), *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memperhatikan pertimbangan tertentu. Pertimbangan dalam memilih sampel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman barang JNE Sei Rampah
- b. Pelanggan yang telah melakukan lebih dari 2 kali menggunakan jasa pengiriman barang JNE Sei Rampah
- c. Pelanggan yang ditemui saat melakukan pengiriman melalui JNE Sei Rampah.

B. Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018), data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung yang memberi data kepada pengumpul data. Data primer adalah data berbentuk verbal atau kata-kata yang di ucapkan secara lisan, Data primer dalam penelitian ini adalah data yang dipeoleh dari hasil kuesioner dan wawancara secara langsung oleh pelanggan Jasa Pengiriman Barang JNE Sei Rampah.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018), data sekunder adalah sumber data yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini adalah jurnal, artikel, buku, serta situs internet lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian.

C. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018), teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuisisioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuisisioner untuk mengumpulkan data yang akan digunakan dalam penelitian ini. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan diuji, pada setiap jawaban akan diberi skor. Skala ordinal (Skala Likert) menggunakan lima tingkatan jawaban yang dapat berbentuk sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

No	Skala	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2015)

D. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional dalam penelitian ini yang diukur yaitu Loyalitas (Y) sebagai variabel terikat, *E-Service Quality* (X) dan Kepuasan Nasabah (Z) sebagai variabel bebas.

Tabel 1.2
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variable	Definisi	Indikator	Pengukuran Skala
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan ialah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli dan mendukung kembali sebuah produk atau jasa yang disukai pada masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. (Kotler & Keller, 2016)	a. Melakukan pembelian secara teratur (<i>makes regular repeat purchase</i>). b. Melakukan pembelian disemua lini produk atau jasa (<i>purchase across product and services line</i>). c. Merekomendasikan produk lain (<i>refers other</i>). d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (<i>demonstrates on immunity to the full of the competition</i>). (Sopiah & Sangadji, 2016)	Likert
Kepercayaan Pelanggan (X1)	Kepercayaan pelanggan sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. (Mowen & Minor, 2013)	a. <i>Trustworthy</i> yaitu menganggap pihak lain terpercaya untuk melakukan suatu pekerjaan b. <i>Benefit</i> yaitu percaya bahwa suatu kegiatan akan mendatangkan manfaat c. <i>Promise</i> yaitu percaya bahwa pihak lain dapat menepati janji d. <i>Job Right</i> yaitu percaya bahwa pihak lain dapat melakukan pekerjaan dengan benar. (Van Hong et al., 2021)	Likert
Lokasi (X2)	Lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali	a. Lokasi yang mudah dijangkau b. Area parkir yang luas	Likert

	<p>memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi bari perusahaan.</p> <p>(Heizer & Render, 2015)</p>	<p>c. Keamanan dan kenyamanan lingkungan d. Kedekatan lokasi dengan pusat keramaian</p> <p>(Rasyid, E. M. R., 2017)</p>	
<p>Kepuasan Pelanggan (Z)</p>	<p>Kepuasan pelanggan sebagai berikut: <i>“Satisfaction reflects a person’s judgment of a product’s perceived performance in relationship to expectations. If performance falls short of expectations, the customer is disappointed. If it matches expectations, the customer is satisfied. If it exceeds them, the customer is delighted”</i> yang artinya kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan.</p> <p>(Kotler & Keller, 2016)</p>	<p>a. Kesesuaian harapan b. Minat berkunjung kembali c. Kesiediaan merekomendasikan.</p> <p>(Indrasari, 2019)</p>	<p>Likert</p>

Sumber : diolah tahun 2023

E. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan SPSS sebagai alat bantu dalam melakukan pengolahan data, dengan teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji Instrumen

a. Uji validitas

Menurut Sugiyono (2018), uji validitas adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur antara data yang terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur ketepatan alat ukur melakukan tugas untuk mencapai sarannya.

- 1) Jika r hitung $>$ r table maka pertanyaan tersebut valid
- 2) Jika r hitung $<$ r table maka pertanyaan tersebut tidak valid.

b. Uji reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018), uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas merupakan tingkat kehandalan suatu instrument penelitian.. Uji reliabilitas akan menunjukkan konsistensi dari pertanyaan jawaban responden yang terdapat pada kuisioner. Uji ini dilakukan setelah validitas yang diuji merupakan pertanyaan yang sudah valid. Uji reliabilitas ini menggunakan uji *Cronbach Alpha*.

- 1) Jika r Alpha positif dan lebih besar dari r table maka pertanyaan tersebut reliable.
- 2) Jika r Alpha negative dan lebih kecil dari r table maka pertanyaan tersebut tidak reliable

2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2016), uji asumsi klasik adalah tahap awal yang digunakan sebelum regresi linear berganda. Pengujian regresi linier berganda dapat dilakukan setelah model dari penelitian ini memenuhi syarat-syarat yaitu lolos dari asumsi klasik. Syarat-syarat yang harus dipenuhi adalah data tersebut harus terdistribusikan secara normal, tidak mengandung multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Untuk itu sebelum melakukan pengujian regresi linier berganda perlu dilakukan lebih dahulu pengujian asumsi klasik. Uji asumsi klasik tersebut terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016), uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan di atas 0,05 maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika hasil *One Sample Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai signifikan di bawah 0,05 maka data tidak terdistribusi normal. Selain itu, uji normalitas juga dapat dilakukan dengan melakukan analisis grafik normal *Probability Plot* dan Grafik Histogram. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas menurut (Ghozali, 2016) sebagai berikut:

- 1) jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan
- 2) jika data menyebar jauh dari diagonal dan / atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016), pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pengujian multikolinearitas adalah pengujian yang mempunyai tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Efek dari multikolinearitas ini adalah menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Hal tersebut berarti standar *error* besar, akibatnya ketika koefisien diuji, t-hitung akan bernilai kecil dari t-tabel. Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan linear antara variabel independen yang dipengaruhi dengan variabel dependen.

Untuk menemukan ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang

umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016), Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model persamaan regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya terjadi heteroskedastisitas dilakukan dengan cara menggunakan Uji Glesjer.

Menurut Ghozali (2016), Uji glesjer dilakukan dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika nilai probabilitas signifikan dari variabel independen diatas tingkat kepercayaan 5%, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda di gunakan untuk mengukur pengaruh anantara lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui pengaruh variabel – variabel bebas tersebut, digunakan rumus:

Persamaan I

$$Z = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Persamaan II

$$Y = a + b_3X_1 + b_4X_2 + b_5Z + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Pelanggan
a = Konstanta
X₁ = Kepercayaan Pelanggan
X₂ = Lokasi
Z = Kepuasan Pelanggan
b₁₋₅ = Koefisien regresi variabel
ε = Variabel pengganggu (*residual error*)

4. Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghozali (2016), Analisis koefisien determinasi adalah analisis yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan kata lain, nilai koefisien determinan digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel yang diteliti X dan Y sebagai variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi maka semakin baik kemampuan variabel X menerangkan variabel Y. Jika determinasi (R²) semakin besar (mendekati 1), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel X adalah besar terhadap variabel Y). Rumus koefisien determinasinya adalah sebagai berikut:

$$D = (R^2 \times 100\%)$$

Hal ini menunjukkan model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Sebaliknya jika determinasi (R²) semakin kecil (mendekati nol), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y semakin kecil. Hal ini menunjukkan bahwa model yang digunakan semakin tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.

F. Uji Hipotesis

Setelah di peroleh persamaan regresi, maka perlu di lakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang didapat signifikan.

1. Uji t

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel bebas yang lain tidak berubah. Menurut (Sugiyono, 2015), menggunakan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai uji t

r = Koefisien korelasi pearson

r² = Koefisien determinasi

n = jumlah sampe

Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut: Ho diterima jika nilai hitung statistik uji (t-hitung) berada di daerah penerimaan Ho, dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau nilai sig $> \alpha$

2. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Penulis menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*) karena untuk mengetahui hubungan sebab akibat, dengan tujuan menerangkan pengaruh langsung atau tidak langsung antar variabel eksogen dengan variabel endogen. Menurut Sugiyono (2018), analisis jalur adalah bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar satu variabel dengan variabel lainnya. Analisis jalur digunakan dengan

menggunakan korelasi, regresi dan jalur sehingga dapat diketahui untuk sampai pada variabel intervening.

Hasil dari uji analisis jalur ini juga akan digunakan untuk membandingkan pengaruh mana yang lebih besar antara pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung, serta menarik suatu kesimpulan apakah dengan adanya variable intervening ini dapat memperkuat atau justru memperlemah pengaruh independen terhadap dependen. Model persamaan yang digunakan untuk analisis jalur adalah:

$$Z = \beta + X1 + X2 + e1$$

$$Y = \beta + X1 + X2 + Z + e2$$

Keterangan:

X1 = Kepercayaan Pelanggan

X2 = Lokasi

Y = Loyalitas Pelanggan

Z = Kepuasan Pelanggan

B = Koefisien Variabel X

e = Error

