BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan karakteristik masalah pokok penelitian adalah strategi asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua variabel atau lebih, agar dapat memberikan penjelasan mengenai pengaruh harga, kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman JNE (Studi kasus pelanggan JNE di cabang kebon nanas).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiono (2017:80) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi umum dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan jasa pengiriman JNE di JNE cabang kebon nanas dan populasi sasarannya yaitu konsumen yang pernah berkunjung dan menggunakan jasa pengiriman JNE di JNE cabang kebon nanas yang beralamat di Jl. Pandjaitan No.26 RT.12/RW.01, Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

3.2.2 Sampel

Pemilihan konsumen sebagai sampel (responden) didalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *Pursposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2017:85) *Pursposive Sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu dimaksudkan dalam pemilihan responden memiliki ciri-ciri tertentu yang erat dengan populasi, yaitu :

Konsumen yang pernah mengunjungi dan menggunakan jasa pengiriman di JNE cabang kebon nanas.

Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus *moe* sebagai berikut, dengan jumlah populasi berukuran besar dan tidak diketahui. (Arikunto, 2013:49)

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2} \text{.....}\textbf{(3.1)}$$

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

Keterangan:

N = jumlah sampel

Z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%

Moe = *margin of error*yaitu tingkat kesalahan maksimum yang dapat di toleransi, ditentukan 10%

Berdasarkan hasil perhitungan dari rumus diatas, maka diketahui jumlah sampelnya adalah 96,04 dan dibulatkan menjadi 100 responden karena jumlah sampel semakin banyak sehingga kekuatan statistik semakin baik.

3.2.3 Interval Data

Menurut Sugiyono (2013:135) data interval digunakan untuk menganalisis dengan cara menghitung rata-rata jawaban berdasarkan skoring setiap jawaban dari masing-masing responden. Untuk mengetahui besarnya interval maka dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{INTERVAL} = \frac{\text{(NILAI TERTINGGI) – (NILAI TERENDAH)}}{\text{BANYAK RESPONDES}}$$

Perhitungan ini ditentukan oleh jumlah responden dan jumlah sampel yang telah ditentukan sebelumnya, dimana :

a. Apabila semua responden menjawab dengan skor tertinggi maka total nilainya adalah 100 x 4 = 400
b. Apabila semua responden menjawab dengan skor terendah maka total nilainya adalah 100 x 1 = 100

Berdasarkan perhitungan tersebut maka interval yang diperoleh yaitu sebesar

$$\text{Interval} = \frac{400 - 100}{4} = 75$$

Setelah besar interval diketahui maka ditentukan rentang skala untuk mengetahui letak rata-rata penilaian responden mengenai variabel harga (X1), kualitas pelayanan (X2), ketepatan pengiriman (X3) dan kepuasan pelanggan (Y).

Tabel 3.1 Interval Pengukuran

Rentang Nilai	Kategori Penilaian
100-175	Sangat Tidak Baik
176-250	Tidak Baik
251-325	Baik
326-400	Sangat Baik

3.2.4 Deskripsi Jawaban Responden

Deskripsi variabel digunakan untuk mengetahui jawaban dari responden terhadap variabel harga, kualitas pelayanan, ketepatan pengiriman dan kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan kriteria tiga kotak Theree Box Method (Ferdinand, 2014), dimana akan digunakan sebagai daftar interprestasi indeks sebagai berikut:

20 – 46 = Rendah

47 – 73 = Sedang

74 – 100 = Tinggi

3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer dan data sekunder. Berikut adalah uraiannya:

1. Data Primer

Adalah data yang secara langsung diperoleh dari sumber aslinya. Metode yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

a. Observasi, yaitu pengumpulan data yang dilakukan berdasarkan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang diteliti

b. Wawancara, yaitu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan di mana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik.

c. Instrumen Pengumpulan Data

a) Kuesioner Menurut Sugiyono (2013:137) teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan di usahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti atau data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain. Data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian yaitu harga, kualitas pelayanan, ketepatan pengiriman dan kepuasan pelanggan..

3.3.1 Metoda Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan metode pengumpulan data dan informasi dengan melakukan kegiatan kepustakaan melalui buku-buku, jurnal, penelitian terdahulu dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

2. Kuesioner

Kusioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan peneliti pada responden untuk diberikan jawaban. Kusioner terdiri dari pertanyaan terbuka, yaitu pertanyaan yang berkaitan dengan identitas responden serta pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang telah tersedia. Dalam penyebaran kuisoner (angket) untuk mengumpulkan data, peneliti akan menyebar kuisoner secara online atau elektronik dengan media *Google Form.* Peneliti akan menyebar kuisoner kepada setiap pelanggan jasa pengiriman JNE cabang kebon nanas. Dan pelanggan JNE cabang kebon nanas yang merupakan responden dalam penelitian akan menjawab kuesioner yang berisi pernyataan yang berkaitan dengan masalah penelitian ini. Peneliti akan melakukan pengecekan hasil kuisoner dan melakukan tabulasi untuk jawaban dari responden yang memenuhi kriteria yang telah ditemukan sebelumnya hingga jumlah responden sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan sebelumnya.

Dalam penelitian ini alat yang digunakan dalam pengumpulan data berupa daftar pertanyaan terhadap faktor – faktor yang diberikan skor atau nilai terhadap responden dengan menggunakan skala *likert*. Sugiyono (2013:134) menyatakan bahwa skala *likert* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tertentu tentang suatu fenomena sosial. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis instrument angket atau kuesioner dengan pemberian skor sebagai berikut:

Tabel 3.2. Skor Pada Jawaban Kuesioner (skala *likert*)

No	Pertanyaan	Kode	Bobot Nilai
1.	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2.	Tidak Setuju	TS	2
3.	Setuju	S	3
4.	Sangat Setuju	SS	4

Sumber : Echdar Saban, Metode Penelitian Manajemen Bisnis (2017)

Menurut Paulus Insap Sentosa (2018:46) menyatakan bahwa Skala likert 5-point merupakan skala likert yang paling sering digunakan. Dalam beberapa kasus, peneliti menghindari pilihan netral dengan cara menggunakan skala likert genap. Salah satu alasan tidak digunakannya pilihan netral adalah agar responden menyatakan persetujuan atau pertidaksetujuannya atas pernyataan yang disampaikan kepadanya.

3.4 Operasionalisasi Variable

Sugiyono (2012:59) menyatakan bahwa variabel penelitian merupakan sifat atau nilai dari orang, objek, ataupun kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan disimpulkan. Pada penelitian ini varibel yang digunakan peneliti terdiri dari :

Pertama, Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga mengacu pada indikator keterjangkauan harga yang diberikan perusahaan, kesesuaian harga dengan kualitas jasa yang diberikan, kemampuan dan kekuatan harga untuk bersaing, dan harga yang diberikan sesuai dengan manfaatnya.

Kedua, Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen, dengan demikian penyedia jasa dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan

meminimkan atau meniadakan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Kualitas pelayanan mengacu pada indikator keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap, kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan dan kesediaan karyawan untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan

Ketiga, Ketepatan pengiriman merupakan ketepatan waktu pengiriman dan jaminan barang pesanan konsumen selamat hingga sampai tujuan dan menjadi ujung tombak perusahan agar tetap dapat memperoleh kepercayaan dan kesetiaan konsumen. Ketepatan pengiriman mengacu pada indikator ketepatan perusahaan dalam melakukan pengirman barang, ketepatan perusahaan dalam menentukan harga pengiriman dan ketepatan perusahaan dalam menempuh waktu pengiriman

Keempat, Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan mengacu pada indikator kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait dan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

Berdasarkan data diatas maka diperlukannya Operasionalisasi variabel. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian dalam konsep indikator. Disamping itu, tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi didalam penelitian ini. Sesuai dengan judul skripsi penelitian ini maka terdapat empat variabel, yaitu:

1. Harga (X1)
2. Kualitas Pelayanan (X2)
3. Ketepatan Pengiriman (X3)
4. Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel pada penelitian ini diukur dan dijabarkan ke dalam indikator dan mempunyai sub indikator. Dan sub indikator ini mempunyai tolak ukur dan acuan dalam menyusun item-item yang merupakan pernyataan dalam kuesioner penelitian pada tabel berikut ini :

Tabel 3.3. Indikator Harga (X1)

Indikator	Sub Indikator	No. Item
Keterjangkauan harga	-Harga yang murah -Harga dapat dibeli semua orang	(1) (2)
Kesesuaian harga dengan kualitas produk	-Harga sesuai dengan pelayanan yang diberikan -Harga pas dengan mutu yang didapat	(3) (4)
Daya saing harga	-Keunggulan harga -Perbandingan harga	(5) (6)
Kesesuaian harga dengan manfaat	-Harga sesuai dengan waktu pengiriman -Harga sesuai dengan jarak pengiriman	(7) (8)

Sumber : Kotler (2012:52)

Tabel 3.4. Indikator Kualitas Pelayanan (X2)

Indikator	Sub Indikator	No. Item
Ketanggapan (*Responsiveness)*	-Kemampuan para karyawan memberikan pelayanan yang tanggap -Ketersediaan karyawan	(9) (10)

	memberi bantuan terhadap kepentingan pelanggan	
Kehandalan (*Reliability*)	-Kemampuan para karyawan yang akurat dalam memberikan pelayanan -Kemampuan para karyawan yang memuaskan dalam memberikan pelayanan	(11) (12)
Empati (*Empaty*)	-Ketersediaan para karyawan memberikan perhatian secara pribadi terhadap pelanggannya	(13)

Sumber : Tjiptono (2016:284)

Tabel 3.5. Indikator Ketepatan Pengiriman (X3)

Indikator	Sub Indikator	No. Item
Ketepatan dalam jasa pengiriman barang	-Pengiriman barang yang dilakukan secara tepat -Pengiriman barang yang dilakukan secara akurat	(14) (15)
Ketepatan dalam menentukan harga	-Tarif pengiriman sesuai dengan harga yang diberikan -Harga pengiriman terjangkau	(16) (17)
Ketepatan dalam	-Ketepatan waktu	(18)

menempuh waktu	-Ketepatan pengiriman	(19)

Sumber : Handoko (2010:235)

Tabel 3.6. Indikator Kepuasan Pelanggan (Y)

Indikator	Sub Indikator	No. Item
Kesesuaian Harapan	-Produk yang berkualitas -Harga sesuai kualitas produk -Keluhan Konsumen	(20) (21) (22)
Minat berkunjung kembali	-Kesediaan berkunjung kembali -Melakukan pemakaian ulang	(23) (24)
Kesediaan Merekomendasi	-Mengajak orang lain -Menginformasikan kepada orang lain	(25) (26)

Sumber :Tjiptono, (2014:101)

3.5 Metoda Analisis Data

3.5.1. Pengolahan Data

Data yang terkumpul dari kuesioner ditabulasi, selanjutnya akan diolah menggunakan program SPSS (Software Product and Service Solution) Versi 26.0. Untuk menghasilkan output didalamnya terdapat analisis statistik berupa koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Data yang dihasilkan akan disajikan dalam bentuk tabel, tujuannya agar data mudah dibaca dan dimengerti.

3.5.2. Analisis Statistik Data

Metoda analisis statistik dapat dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien determinasi (parsial dan berganda) serta pengujian hipotesis (parsial dan simultan).

a. Uji Validitas

Uji kualitas data yang pertama yang harus dilakukan adalah uji validitas. Berkaitan dengan uji validitas ini Sugiyono (2016:297) menyatakan bahwa validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah (data yang tidak berbeda) antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesunguhnya terjadi pada obyek penelitian. Syarat kevaliditasan suatu item adalah apabila rhitung > r tabel pada taraf signifikan (α = 0,05) maka instrumen itu dianggap valid dan jika rhitung < r tabel maka instrumen dianggap tidak valid.

Setelah perhitungan dilakukan Adapun Dasar keputusan untuk kevaliditan pernyataan adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai –r tabel < r hitung < r tabel, maka butir pernyataan tidak valid
b. Jika –r hitung < –r tabel atau r hitung > r tabel, maka butir pernyataan valid

b. Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2016:221) reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih-memilih jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Uji reabilitas dilakukan setelah uji validitas dan yang diuji merupakan pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid. Koefisien reliabilitas yang besarnya antara 0,50-0,60. Dalam penelitian ini peneliti memilih 0,60 sebagai koefisien reliabilitas. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah:

1. Jika nilai koefisien reliabilitas > 0,60 maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrumen adalah reliabel atau terpecaya.

2. Jika nilai koefisien reliabilitas < 0,60 maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliable.

3.5.3. Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2012:97) Koefisien determinasi (R^2) alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan Customer Satisfaction. Nilai koefisien determinasi antar nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabelvariabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Guna mengukur variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus :

$KD = r^2 \times 100\%$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi

Kriteria untuk koefisien determinasi adalah :

a. Jika Kd mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.

b. Jika Kd mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen kuat.

3.5.4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, secara parsial maupun secara simultan.

a.) Pengujian Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Rumus yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak yaitu:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)\ /\ (n-k-1)}$$

Keterangan :

Fhitung = Nilai F yang dihitung

R2 = Nilai Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Sumber : Sugiyono (2015:298-298)

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada tabel Anova kolom F hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 26.0 tersebut. Untuk menguji

kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis sebagai berikut:

- H0 : p1,p2,p3 < 0 (secara simultan tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga, kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman dengan kepuasan pelanggan (Studi kasus pelanggan jasa pengiriman JNE cabang kebon nanas).

- Ha : p1,p2,p3 < 0 (secara simultan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga, kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman dengan kepuasan pelanggan (Studi kasus pelanggan jasa pengiriman JNE cabang kebon nanas).

Kriteria Pengujian Hipotesis:

a) Jika Fhitung > Ftabel, maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya seluruh variable independen merupakan penjelas terhadap variable dependen.

b) Jika Fhitung < Ftabel, maka H0 diterima dan Ha ditolak, artinya seluruh variable independen bukan merupakan penjelas terhadap variable dependen.

Kriteria pengujian dengan taraf nyata (α) 5% (0,05) adalah:

H0 ditolak, jika nilai *Significance*F <0,05 dan,

Ha diterima, jika nilai *Significance*F ≥ 0,05

b). Pengujian secara parsial (Uji t)

Ghozali, Imam (2016:98) mengungkapkan uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi 5%. Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

a) Jika nilai signifikan> 0,05 maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

b) Jika nilai signifikan ≤ 0,05 maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.