

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan metoda survey, sedangkan strategi yang digunakan adalah asosiatif yang merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2012). Metoda penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metoda penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang 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, (Sugiyono, 2012).

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian, (Ferdinand, 2014). Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah orang yang menggunakan jasa pengiriman JNE cabang Sukapura minimal 1 kali yang ditemui di wilayah sukapura.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi, (Ferdinan, 2014). Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yang artinya adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, (Sugiyono, 2012).

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah orang yang pernah mengirim barang melalui JNE cabang sukapura setidaknya 1 kali, dan orang tersebut ditemui di wilayah Sukapura pada periode Maret – April 2019. Peneliti memutuskan untuk memakai 100 responden. Penentuan ini dilakukan karena populasi sasaran tidak diketahui jumlahnya. Sebagaimana rekomendasi Ghazali (2012), menyatakan bahwa untuk PLS kekuatan analisis didasarkan pada porsidari model yang memiliki jumlah responden terbesar minimal 30 sampai 100 kasus.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini data primer yang diperlukan berkaitan dengan variabel-variabel dalam penelitian.

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini menggunakan metoda sebagai berikut:

1. *Kuesioner* (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, (Sugiyono,2012). Dalam kuesioner yang diberikan kepada responden merupakan instrument penelitian, yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Oleh karena itu koesioner ini harus digunakan untuk mendapatkan data yang valid tentang variabel kualitas laman, harga, kepuasan dan loyalitas pelanggan JNE cabang Sukapura.

Adapun skala sikap yang dapat digunakan untuk penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, (Sugiyono,2012).

Tabel 3.1. Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Tidak Setuju	5
Tidak Setuju	4
Netral	3
Setuju	2
Sangat Setuju	1

Sumber : Sugiyono 2012

2. *Interview* (Wawancara)

Untuk melengkapi informasi yang diperoleh melalui kuisioner, peneliti juga akan melakukan wawancara terstruktur terhadap beberapa responden. Menurut Sugiyono, (2012), wawancara digunakan untuk mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam serta jumlah responden sedikit.

3.3.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen, (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini pengumpulan data sekunder yang digunakan diambil dari studi pustaka menurut Nazir (2013), teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data sekunder yang akan digunakan sebagai landasan perbandingan antara teori dengan prakteknya di lapangan. Data sekunder melalui metode ini diperoleh dengan browsing internet yang berkaitan dengan penelitian, kajian dari peneliti terdahulu, dan sumber-sumber lain yang relevan.

3.4. Operasionalisasi Variabel

1. Harga

Harga yang merupakan sejumlah nilai uang yang digunakan pelanggan untuk mendapatkan suatu jasa yang diinginkan saat melakukan transaksi. Dengan harga yang telah dibuat maka akan berpengaruh langsung terhadap tingkat permintaan dan menentukan tingkat aktivitas pelanggan saat menggunakan jasa tersebut. Terkait dengan harga adapun indikator yang digunakan adalah keterjangkauan harga, harga dapat bersaing, kesesuaian dengan kualitas, harga sesuai manfaat produk.

2. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Sedangkan Lupiyoadi dan Hamdani (2006) mengatakan kualitas pelayanan adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan. Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian.

3. Kepuasan

Kepuasan merupakan suatu perasaan senang atau kecewa seorang pelanggan JNE yang timbul karena ketidaksesuaian jasa yang dirasakan dengan

persepsinya. Maka untuk melihat kepuasan pelanggan JNE, peneliti menggunakan pengukuran dengan indikator seperti pembelian ulang pelanggan, merekomendasikan JNE dari pelanggan satu ke pelanggan lain, setia menggunakan jasa JNE, dan ketertarikan pelanggan yang menggunakan jasa JNE.

4. Loyalitas

Loyalitas merupakan suatu perilaku seorang pelanggan dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan jasa pengiriman JNE terus-menerus. Adapun indikator pengukuran loyalitas tersebut dapat dilihat dari kesetiaan pelanggan pada JNE dan mengajak teman juga untuk menggunakan JNE dalam melakukan pengiriman barang.

3.5. Metoda Analisis Data

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul yang bertujuan untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini selanjutnya akan disajikan dalam bentuk tabel, diagram dan grafik terkait dengan deskripsi responden. Teknik skoring yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan skor maksimal 5 dan skor minimal 1, maka perhitungan indeks jawaban responden adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut, (Ferdinand, 2014) :

$$\text{Nilai Indeks} = [(\%F1*1)+(\%F2*1)+(\%F3*1)+(\%F4*1)+(\%F5*1)]/5$$

Analisis jawaban responden akan menggunakan indeks persepsi. Indeks persepsi ini akan dihitung menggunakan rumus.

$$\text{Batas atas rentang skor} : (\%F*5)/5 = (100*5)/5 = 100$$

$$\text{Batas bawah rentang skor} : (\%F*1)/5 = (100*1)/5 = 20$$

Keterangan:

F1 : Frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuisioner

F2 : Frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuisioner

F3 : Frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuisioner

F4 : Frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuisioner

F5 : Frekuensi responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuisioner

3.5.2. Analisis Jalur Partial Least Square (PLS)

Dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur *Partial Least Squares* (PLS) yang dijalankan dengan media komputer. PLS dikembangkan pertama kali oleh Wold sebagai metoda umum untuk mengestimasi *path model* yang menggunakan konstruk laten dengan multiple indikator. Pendekatan PLS adalah *distribution free* (tidak mengasumsikan data berdistribusi tertentu, dapat berupa nominal, kategori, ordinal, interval dan rasio).

PLS merupakan faktor penentu metoda analisis data yang digunakan untuk menguku skala tertentu dalam jumlah sample kecil. Untuk tujuan prediksi pendekatan PLS lebih cocok karena dengan pendekatan PLS dapat diasumsikan bahwa ukuran *variance* merupakan *variance* yang berguna untuk dijelaskan, karena pendekatan untuk menestimasi variabel laten dianggap sebagai kombinasi linier dari indikator sehingga dapat menghindarkan masalah penentu dan memberikan definisi yang pasti dari komponen skor. PLS juga dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori dan juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. Oleh karena itu lebih menitik beratkan pada data dan dengan prosedur estimasi yang terbatas, maka spesifikasi model tidak begiitu berpengaruh terhadap estimasi parameter (Ghozali,2014).

Estimasi parameter yang didapat dengan PLS dapat dikategorikan menjadi tiga. Kategori *pertama*, adalah weight estimate yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Kategori *kedua* yaitu mencerminkan estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan variabel laten dan blok indikatornya (loading), dan kategori *ketiga* adalah yang berkaitan dengan means dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten. Dalam penelitian ini juga menggunakan variabel eksogen dan endogen serta mediasi.

1. Variabel Eksogen

Variabel eksogen atau disebut juga variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang mmenjadi sebab perubahannya atau timbulnya

variabel dependn (terikat), (Sugiyono, 2012). Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah harga dan kualitas pelayanan.

2. Variabel Endogen

Variabel endogen atau disebut juga variabel terikat merupakan variabel yyang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, (Sugiyono, 2012). Variabel endgon dalam penelitian ini adalah kepuasan dan loyalitas.

3. Variabel Mediasi

Variabel mediasi adalah variabel yag secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel eksogen dan endogen, tetapi tidak dapat diamati dan diukur. Adapun kriteria mediasi menurut Sholihin dan Ratmono (2013) yaitu jika koefisien jalur nilainya turun dan menjadi tidak signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi penuh. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah kepuasan.

Model analisis jalur semua variabel laten dalam PLS terdiri dari tiga set hubungan, (Ghozali, 2014) :

1. *Outer Model*

Outer model adalah yang menspesifikasi hubungan natara variabel laten dengan indikator atau variabel menifestnya. Outer model disebut juga (*outer relation atau measurement model*) yang mendefinisikan bagaimana setiap blok indicator berhubungan dengan variabel latanya. Terdapat dua model pengukuran dalam outer model yaitu model pengukuran reflektif dan model pengukuran formatif sebagai berikut :

1. Model pengukuran reflektif

Model reflektif sering disebut juga *principal factor model* dimana *covariance* pengukuran indikator dipengaruhi oleh konstruk laten atau mencerminkan variasi dari konstruk laten, indikator reflektif harus memiliki internal konsistensi dikarenakan semua indikator diasumsikan semuanya valid indikator yang mengukur suatu konstruk sehingga dua ukuran indikator yang sama reabilitanya dapat saling diperllukan, walaupun reabilitas (*croanbach alpha*) suatu konstruk akana rendah jika hanya ada sedikit indikator, tetapi validitas konstruk tidak akan berubah jika suatu indikator dihilangkan (Ghazali, 2014). Uji

validitas berhubungan dengan mengukur alat yang digunakan yaitu apakah alat yang digunakan dapat mengukur minat membeli, bila sesuai maka instrument tersebut dapat dikatakan instrument yang valid (Ferdinand, 2014). Kriteria untuk menentukan konstruk reflektif dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2. Kriteria Penilaian PLS Outer Model Reflektif

Kriteria	Penjelasan
Evaluasi Model Pengukuran Reflektif	
<i>Loading factor</i>	Nilai loading factor harus di atas 0.70, P-Value.
<i>Composite reability</i>	<i>Composite reability</i> mengukur internal <i>consistency</i> dan nilainya harus di atas 0.60.
<i>Average variance extracted</i>	Nilai AVE harus di atas 0.50.
Validitas diskriminan	Nilai akar kuadrat dari AVE harus lebih besar daripada nilai korelasi antar variabel laten.

Sumber: Ghazali, 2014

2. Model pengukuran formatif

Pada model pengukuran ini tidak diasumsikan bahwa indikator dipengaruhi oleh konstruk tetapi mengasumsikan bahwa semua indikator mempengaruhi single konstruk. Arah hubungan kausalitas mengalir dari indikator ke konstruk laten dan indikator secara bersama-sama menentukan makna empiris dari konstruk laten.

Maka ada kemungkinan antar indikator saling berkolerasi, oleh karena diasumsikan bahwa antar indikator tidak saling berkolerasi maka ukuran internal konsistensi reabilitas (*croanbach alpha*) tidka diperlukan untuk menguji reabilitas konstruk formatif (Ghazali, 2014). Uji reabilitas merupakan instrument pengukuran data, data yang dihasilkan reliable atau terpercaya apabila instrument tersebut secara konsisten memunculkan hasil sama setiap kali dilakukan pengukuran (Ferdinand, 2014). Kriteria untuk menentukan konstruk formatif dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3. Kriteria Penilaian PLS Outer Model Formatif

Evaluasi Model Pengukuran	
---------------------------	--

Formatif	
Signifikansi nilai weight	Nilai estimasi untuk model pengukuran formatif harus signifikan ($P < 0,05$). Tingkat signifikansi ini dinilai dengan prosedur bootstrapping.
Multikolonieritas	Variabel manifest dalam blok harus diuji apakah terdapat multikol. Nilai variance inflation factor (VIF) dapat digunakan untuk menguji hal ini. Nilai VIF di atas 10 mengindikasikan terdapat multikol.

Sumber: Ghazali, 2014

2. Inner Model

Inner model mendefinisikan hubungan antar variabel laten. *Inner model* yang disebut juga dengan (*inner relation*, *structural model* dan *substantive theory*) menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada *substantive theory* (Ghozali, 214). Berikut ini merupakan kriteria-kriteria penilaian *inner model* :

Tabel 3.4. Kriteria Penilaian PLS Inner Model

Kriteria	Penjelasan
Evaluasi Model Struktural	
Uji kecocokan model (model fit)	Pada uji kecocokan mode terdapat 3 indeks pengujian, yaitu average path coefficient (APC), average R-squared (ARS) dan average varians factor (AVIIF. APC dann ARS diterima dengan syarat p-value < 0.05 dan AVIF < 5 .

Tabel Lanjutan 3.4. Kriteria Penilaian PLS Inner Model

R2 untuk variabel laten endogen	Hasil R2 sebesar 0.67, 0.33 dan 0.19 untuk variabel laten endogen dalam model structural mengindikasikan bahwa model “baik”, “moderat”.
---------------------------------	---

Relevansi prediksi (Q^2 dan q^2)	Nilai Q^2 diatas nol memberikan bukti bahwa model memiliki predictive relevance (Q^2 di bawah nol mengindikasikan model kurang memiliki <i>predictive relevance</i> .
--	--

Sumber: Ghozali, 2014

3. Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan berbagai evaluasi, baik outer model maupun inner model maka selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel independen variabel dependennya Pengujian ini digunakan dengan cara analisis jalur (*path analysis*) atau model yang telah dibuat. Hasil korelasi antar konstruk diukur dengan melihat koefisien jalur dan tingkat signifikasinya yang kemudian dibandingkan dengan hipotesis penelitian. Untuk melihat hasil uji hipotesis secara bersama-sama dapat dilihat nilai koefisien jalur dan *p-value* dalam *total effects* hasil dari pengolahan data variabel secara simultan.

Suatu hipotesis dapat diterima atau harus ditolak secara statistic dapat dihitung melalui tingkat signifikasinya. Tingkat signifikasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebesar 5%. Apabila tingkat signifikasi yang dipilih sebesar 5% maka tingkat signifikasi atau tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. Artinya penelitian ini ada kemungkinan mengambil keputusan salah sebesar 5% dan kemungkinan mengambil keputusan yang benar sebesar 95%.

Berikut ini yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yaitu :

$p\text{-value} < 0,05$; maka Hipotesis Null (H_0 ditolak)

$p\text{-value} > 0,05$; maka Hipotesis Null (H_0 diterima)

Adapun hipotesis yang diuji statistik dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. $H_{1.0}$: Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
 $H_{1.a}$: Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. $H_{2.0}$: Harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
 $H_{2.a}$: Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

3. H4.0: Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
H4.a: Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
 4. H5.0: Pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
H5.a: Pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
 5. H6.0: Kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
H6.a: Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
 6. H6.0: Kepuasan tidak memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.
H6.a: Kepuasan memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.
 7. H7.0: Kepuasan tidak memediasi pengaruh pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
H7.a: Kepuasan memediasi pengaruh pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
- Selanjutnya dapat dituangkan dalam model penelitian sebagai berikut: