

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1.Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang dilakukan dalam penulisan ini menggunakan metode asosiatif kausal dengan teknik kuantitatif.

Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih dengan variabel lainnya (Rahman dan Yanti, 2016:3).

Metode asosiatif kausal dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Penghargaan, dan Manajemen Hubungan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis penelitian bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Rahman dan Yanti, 2016:2).

Metode pendekatan kuantitatif juga dicirikan sebagai penelitian yang mengharuskan penggunaan angka-angka, mulai dari pengumpulan data hingga analisis data dan penyajian hasil (Siyoto dan Sodik, 2015:17).

3.2.Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek/objek yang mempunyai karakteristik dan kuantitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, diamati, dianalisis, dan diambil kesimpulannya (Miski, 2015:71).

Dalam penelitian ini terdapat dua bagian yang akan dijadikan populasi:

1. Populasi umum

Orang yang pernah menggunakan jasa pengiriman J&T Express di Jakarta.

2. Populasi khusus

- a. Pria dan wanita minimal usia 17 tahun;
- b. Orang yang berdomisili di Jakarta.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi itu sendiri (Miski, 2015:71).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Fitria dan Ariva, 2018:200). Jenis pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dari sumber data dengan pertimbangan tertentu (Putri, 2017:56). Menurut situs statistikian, pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling* didasarkan atas kriteria tertentu yang dipandang mempunyai keterkaitan yang erat dengan kriteria populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Maka dengan kata lain, unit sampel disesuaikan dengan kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian atau permasalahan penelitian. Adapun kriteria dalam penelitian ini, yaitu:

1. Pria dan wanita minimal usia 17 tahun.
2. Berdomisili di Jakarta.
3. Pernah menggunakan jasa pengiriman J&T Express Jakarta.

Dikarenakan jumlah pelanggan jasa pengiriman J&T Express Jakarta sangat banyak dan tidak diketahui, maka sampel penelitian menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4/(moe)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

Z = 1,96 skor pada tingkat signifikan tertentu (95%)

Moe = Tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dari rumusan tersebut di atas maka jumlah penentuan sampel dapat dilakukan melalui perhitungan sebagai berikut:

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

n = 96,04 pembulatan 96

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang di tetapkan sebanyak 96 responden.

Menurut Crocker dan Algina melalui Alwi (2015), menyatakan bahwa demi kestabilan informasi, minimal diperlukan 200 responden. Jadi, sekalipun alat ukur mengandung hanya 20 butir, minimal diperlukan 200 responden. Maka dengan ini, peneliti memilih sampel sebanyak 200 responden.

3.3.Data dan Metode Pengumpulan Data

Data adalah sekumpulan fakta empiris yang dikumpulkan oleh peneliti untuk memecahkan masalah atau menjawab pertanyaan penelitian (Siyoto dan Sodik, 2015:67).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah informasi yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sumber data oleh peneliti. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data terbaru (Siyoto dan Sodik, 2015:68).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data di mana responden diberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab (Wahyudi dan Budiarti, 2015:7). Kuesioner akan disebarakan kepada populasi yang sudah ditentukan, penyebaran kuesioner menggunakan *Google Form*.

Peneliti menyebarkan kuesioner dengan cara membuat poster edaran yang di dalamnya berisi informasi yang jelas tentang penelitian dan informasi hadiah menarik bagi dua orang yang beruntung yang telah mengisi kuesioner peneliti, masing-masing akan mendapatkan Rp50.000,- (lima puluh ribu rupiah). Setelah itu, peneliti menyebarkan kuesioner ke rekan-rekan peneliti yang bekerja pada perusahaan J&T Express Jakarta untuk disebarakan kembali ke pelanggan-pelanggan mereka dan dikarenakan peneliti bekerja pada bidang yang sama, peneliti juga menyebarkan kuesioner ke pelanggan-pelanggan perusahaan serta menyebarkan ke media sosial.

Pengukuran skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sunarsi, 2018:6). Jawaban dari responden terhadap variabel penelitian menggunakan skor pada tabel 3.1. berikut ini:

Tabel 3.1. Skala likert (Pemberian skor atas jawaban atau pernyataan responden)

Pernyataan Responden	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sunarsi (2018:6)

3.4.Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah karakteristik atau nilai seseorang, objek, atau aktivitas yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diselidiki dan diambil kesimpulannya (Bakti *et al.*, 2020:107). Sedangkan definisi operasional variabel adalah seperangkat instruksi rinci untuk mengamati dan mengukur variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaannya (Sugiarto, 2015:38).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel eksogen (independen) dan variabel endogen (dependen).

1. Variabel eksogen (Independen)

Variabel eksogen yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel endogen (Christalisana, 2018:91). Dalam penelitian ini terdapat empat variabel eksogen yang diteliti, yaitu:

- a. Kualitas pelayanan (X_1);
- b. Promosi (X_2);
- c. Penghargaan (X_3);
- d. Manajemen Hubungan Pelanggan (X_4).

2. Variabel endogen (Dependen)

Variabel endogen yaitu variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel eksogen (Christalisana, 2018:91). Dalam penelitian ini terdapat satu variabel endogen yang diteliti yaitu loyalitas pelanggan (Y).

Tabel 3.2. Operasionalisasi variabel

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Kualitas pelayanan (X_1)	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	Jam kerja operasional J&T Express Jakarta sesuai dengan yang diinformasikan yaitu beroperasi setiap hari.	1

	Karyawan J&T Express Jakarta berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan.	2
	Karyawan J&T Express Jakarta menyapa pelanggan dengan sopan dan ramah.	3
<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	Karyawan J&T Express Jakarta memberikan pelayanan dengan sigap dan rapi.	4
	Karyawan J&T Express Jakarta tanggap dalam mengatasi kendala yang dihadapi pelanggan.	5
	Pengiriman barang yang dilakukan J&T Express Jakarta sesuai dengan jangka waktu yang diinformasikan.	6
<i>Assurance</i> (Jaminan)	Barang yang dikirimkan oleh J&T Express Jakarta dapat mudah dilacak keberadaannya oleh pelanggan.	7
	J&T Express Jakarta memberikan jaminan jika terjadi kerusakan/kehilangan barang, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di J&T Express.	8
<i>Emphaty</i> (Empati)	Karyawan J&T Express Jakarta memberikan perhatian bersifat pribadi terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan.	9
<i>Tangibles</i> (Bukti langsung)	Lokasi outlet J&T Express Jakarta rapi dan bersih.	10
	Penampilan karyawan J&T Express Jakarta rapi.	11

J&T Express Jakarta memiliki alat pendukung kerja yang baik. 12

Sumber: Fatihudin dan Firmansyah, 2019

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Promosi (X2)	<i>Advertising</i> (Periklanan)	Promosi menggunakan <i>billboard</i> di jalan meningkatkan kesadaran merek oleh orang-orang.	1
		Adanya <i>Brand Ambassador</i> meningkatkan ketertarikan pelanggan.	2
		Undian atau <i>giveaway</i> di media elektronik meningkatkan ketertarikan pelanggan untuk mengetahui produk J&T Express.	3
		<i>Website</i> dan media sosial J&T Express Jakarta disajikan secara menarik, informatif, dan kekinian.	4
		Pelanggan mengunjungi halaman <i>website</i> dan media sosial J&T Express Jakarta untuk mencari informasi lebih banyak tentang J&T Express Jakarta.	5
		Memperbanyak <i>outlet</i> yang disertakan <i>branding</i> menginginkan pelanggan mengirimkan barangnya di outlet terdekat.	6
		Adanya promosi berupa gratis atau diskon ongkos kirim untuk pelanggan.	7
		Mengadakan CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>) kepada masyarakat.	8

<i>Direct marketing</i> (Pemasaran langsung)	Tim <i>marketing</i> mendatangi langsung pelanggan untuk melakukan kerjasama pengiriman barang	9
---	--	---

Sumber: Sentiana, 2018

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Penghargaan (X3)	Finansial	J&T Express Jakarta memberikan potongan harga ke pelanggan yang potensial (diluar promosi yang dilakukan secara umum).	1
		J&T Express Jakarta memberikan jangka waktu pembayaran untuk pelanggan yang potensial.	2
		J&T Express Jakarta memberikan <i>hampers/parcel</i> pada saat acara keagamaan untuk pelanggan yang potensial.	3
	Non finansial	J&T Express Jakarta memberikan hadiah berupa perjalanan ke luar negeri untuk pelanggan yang potensial.	4
		J&T Express Jakarta mengundang pelanggan yang potensial pada acara besar yang diadakan J&T Express Jakarta.	5
		J&T Express Jakarta mengajak pelanggan yang potensial untuk berkolaborasi dengan mempromosikan produk pelanggan melalui iklan J&T Express Jakarta.	6

Sumber: Madhani, 2017

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Manajemen hubungan pelanggan (X4)	Teknologi	Tingkat kemudahan pelanggan mendapatkan informasi J&T Express melalui media elektronik.	1
		Tersedia layanan <i>online</i> untuk melakukan pengiriman barang (Berguna sebagai database customer).	2
	Orang	Tersedia layanan <i>online</i> untuk pelanggan memberikan kritik dan saran kepada J&T Express Jakarta.	3
		Karyawan J&T Express Jakarta memahami dan menjelaskan produk dengan baik dan jelas kepada pelanggan.	4
		Karyawan J&T Express Jakarta memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan.	5

Sumber: Fathoni dan Fibriani, 2017

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Loyalitas pelanggan (Y)	<i>Reapeat purchase</i> (Pembelian berulang)	Akan menggunakan jasa J&T Express Jakarta pada pengiriman selanjutnya.	1
	<i>Retention</i> (Retensi)	Akan tetap menggunakan jasa J&T Express Jakarta meskipun kompetitor J&T Express Jakarta lebih baik.	2
	<i>Referrals</i> (Referensi)	Akan memberikan informasi positif kepada orang di sekitar Anda tentang jasa J&T Express Jakarta.	3

Akan memberikan rekomendasi kepada orang di sekitar Anda untuk menggunakan jasa J&T Express Jakarta.

4

Sumber: Wahyudi dan Budiarti, 2015

3.5. Metode Analisis Data

Metode-metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.5.1. Pengolahan Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif, yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sholikhah, 2016:342).

3.5.2. Penyajian Data

Dalam penelitian ini, data yang telah dikumpulkan akan disajikan dalam bentuk tabel dan gambar, sehingga data yang disajikan lebih sistematis. Dengan menggunakan tabel dan gambar, diharapkan dapat mempermudah dalam menganalisis dan memahami data.

3.5.3. Alat Analisis Statistik Data

Dalam penelitian ini, data yang telah dikumpulkan selanjutnya diolah dengan menggunakan *software Partial Least Square (PLS)*. *Software Partial Least Square (PLS)* adalah alat analisis yang kuat karena dapat digunakan untuk semua skala data, memiliki sedikit asumsi, dan tidak memerlukan ukuran sampel yang besar. Ini juga dapat digunakan sebagai konfirmasi teori, serta untuk membangun korelasi tanpa dasar

teoretis atau untuk menguji proposisi (Hamidiana *et al.*, 2016:105). *Partial Least Square* (PLS) bertujuan untuk mendapatkan nilai variabel laten untuk tujuan prediksi (Natalia *et al.*, 2017:313).

Menurut Ghozali (2015:73) terdapat dua evaluasi *Partial Least Square* (PLS), yaitu:

1. *Evaluation of measurement model* atau *Outer model*

Evaluasi model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menilai validitas atau reliabilitas model. *Outer model* dengan indikator refleksif di evaluasi melalui *convergent validity* dan *discriminant validity* dari indikator pembentuk konstruk laten, *composite reliability* dan *cronbach's alpha* untuk blok indikatornya. Uji yang dilakukan pada *outer model* yaitu:

a. *Convergent Validity*

Nilai *convergent validity* dapat dilihat dari korelasi antar *score item* atau indikator dengan konstraknya. Indikator dianggap valid jika memiliki nilai *loading factor* $> 0,7$, namun demikian pada riset tahap pengembangan skala, nilai *loading factor* $0,5 - 0,6$ masih dapat diterima.

b. *Discriminant Validity*

Nilai ini merupakan nilai *cross loading factor* yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai indikator pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai indikator dengan konstruk yang lain.

c. *Composite Reliability*

Nilai *composite reliability* harus $> 0,7$ untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai $0,6 - 0,7$ masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory*.

d. *Cronbach's Alpha*

Nilai yang diharapkan $> 0,7$ untuk semua konstruk, namun untuk penelitian yang bersifat *exploratory* $> 0,6$ masih dapat diterima.

2. *Evaluation of structural model* atau *Inner model*

Evaluasi model struktur atau *inner model* bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten. Uji yang dilakukan pada *inner model* yaitu:

a. Koefisien Determinasi (*R Square*)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel eksogen memengaruhi variabel endogen.

b. *Path Coefficients*

Path coefficients digunakan untuk menunjukkan seberapa kuat efek atau pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Jika nilai *path coefficients* pada rentang 0-1, maka pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen positif.

c. *T-statistics (Bootstrapping)*

Uji hipotesis dapat dilihat dari nilai *T-statistics*. Hipotesis dinyatakan signifikan apabila nilai *T-statistics* > 1,96.