BAB III
METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dipilih yaitu pendekatan kuantitatif. Desain penelitian yang digunakan yaitu desain penelitian survei. Survei dilakukan dengan menyebar kuisioner ke beberapa responden dan responden mengirim kembali hasilnya. Kuisioner menjadi wadah yang efektif dan efisien untuk mengumpulkan data yang akan diukur secara numerik. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif menghasilkan informasi yang akurat, faktual dan sistematis pada fakta tertentu.

Dalam penelitian ini mencakup dua variabel yaitu variabel dependen (variabel terikat) dan variabel independen (variabel bebas). Dimana variabel dependen dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen. Sedangkan variabel independen mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2017:20). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas merek, sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah citra merek, pengalaman merek dan kualitas pelayanan.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi sasaran adalah populasi yang menjadi sasaran kesimpulan penelitian. Dalam penelitian ini, populasi sasaran nya adalah pengguna J&T Express di Kelurahan Kebon Manggis. Dipilih nya pengguna di Kelurahan Kebon Manggis sebagai populasi sasaran penelitian karena berada dilingkungan sekitar peneliti dan mudah dijangkau, serta pengguna di Kelurahan Kebon Manggis memiliki kriteria yang cocok dan sesuai dengan variabel penelitian yang telah ditentukan, sehingga diharapkan akan membuat penelitian menjadi efektif dan efisien.

3.2.2. Sampel Penelitian

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan *Non-probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2017:88) *Purposive Sampling* ialah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan menentukan kriteria tertentu. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengguna jasa pengiriman J&T Express yang berdomisili di Kelurahan Kebon Manggis Jakarta Timur.
2. Masyarakat di Kelurahan Kebon Manggis Jakarta Timur minimal berusia 17 tahun.
3. Pernah menggunakan jasa pengiriman J&T Express minimal 2 kali.

Adapun kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah 120 warga Kelurahan Kebon Manggis Jakarta Timur dengan kriteria sampel, menggunakan data primer dengan kuisioner (angket). Kriteria penelitian berfokus kepada warga Kelurahan Kebon Manggis Jakarta Timur yang pernah menggunakan jasa pengiriman J&T Express. Memberi saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian, yaitu sebagai berikut (Sugiyono, 2017:156) :

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori, maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate, misalnya korelasi atau regresi ganda maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.

Berdasarkan teori tersebut, peneliti dapat memperhitungkan jumlah sampel sebagai berikut :

1. Berdasarkan point 1 bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

2. Berdasarkan point 2 bahwa bila sampel dibagi dalam kategori, maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30. Adapun kategori dalam penelitian ini adalah warga Kelurahan Kebon Manggis Jakarta Timur, pernah menggunakan pelayanan jasa J&T Express minimal 2 kali dan usia minimal 17 tahun. Maka, penentuan sampel yang dapat dihitung berdasarkan point tersebut adalah 30 x 3 (kategori) = 90 sampel.
3. Berdasarkan point 3, bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate misalnya korelasi atau regresi ganda, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Adapun dalam metode penelitian ini menggunakan tahapan regresi ganda, maka perhitungan penentuan sampel dapat dihitung sebagai berikut 10 x 4 (3 variabel independent + 1 variabel dependen) = 40 sampel (minimal). Untuk memaksimalkan penelitian, maka peneliti menaikan jumlah anggota sampel sebanyak 30 kali dari jumlah variabel yang diteliti yaitu dengan perhitungan sebagai berikut 30 x 4 = 120 sampel.

Dengan demikian berdasarkan point 3 diatas, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 120 sampel dalam penelitian ini.

3.3. Jenis dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis Data

Terdapat dua jenis teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, diantara nya sebagai berikut :

1. Data Primer

   Studi penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei yaitu kuisioner. Kuisioner merupakan sebuah pertanyaan tertulis yang akan diberikan kepada para responden yang bertujuan untuk melakukan analisis terhadap sikap, perilaku dan karakteristik yang berkaitan dengan indikator dan kajian teoritis (Sekaran dan Roger Bougie, 2017:71). Kuisioner dilakukan dengan cara membagikan sejumlah pertanyaan oleh peneliti kepada responden untuk mengetahui sikap dan perilaku responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang

telah dibentuk dan diajukan oleh peneliti, kuisioner tersebut diberikan dengan menggunakan skala likert.

2. Data Sekunder

   Studi penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui studi pustaka dengan membaca literatur berupa buku, jurnal dan artikel.

3.3.2. Metoda Pengumpulan Data

Terdapat lima jenis teknik pengumpulan data (Unaradjan, 2019:78) ,yaitu :

1. Angket atau kuisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden guna memperoleh data dan informasi suatu tujuan. Instrumen penelitian dari teknik ini yaitu kuisioner, daftar cocok (*checklist*) dan skala.
2. Wawancara adalah kegiatan yang digunakan individu tertentu untuk mendapatkan data atau informasi tentang masalah yang berhubungan dengan satu subjek tertentu. Instrumen penelitian dari teknik wawancara yaitu pedoman wawancara dan daftar cocok.
3. Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Instrumen penelitian berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan, panduan observasi dan daftar cocok.
4. Ujian atau tes, instrument penelitian berupa soal ujian atau tes.
5. Dokumentasi adalah teknik non interaksi yang dilakukan oleh peneliti agar data yang diperoleh semakin kuat. Misalnya, dokumentasi laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan.

Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai pengumpulan data. Dalam penelitian ini, kuesioner disebarkan kepada warga Kelurahan Kebon Manggis, Jakarta Timur. Penyebaran kuesioner dilakukan dalam kurun waktu sekitar 1 minggu dan disebarkan melalui *google form*.

3.4 Definisi Operasional Variabel Dan Skala Pengukurannya

1. Variabel Penelitian

a. Variabel independent (variabel bebas) diberi simbol "X". Dalam penelitian ini variabel independent nya adalah citra merek (X_1), pengalaman merek (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3).
b. Variabel dependen (variabel terikat) diberi simbol "Y". Dalam penelitian ini variabel dependen nya adalah loyalitas merek (Y).

2. Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Skala ini dibentuk untuk menjelaskan ekspresi pemasaran mereka dalam bentuk persetujuan terhadap suatu pertanyaan tentang seberapa kuat subjek tersebut menyatakan setuju atau tidak setuju pada persetujuan tersebut (Sekaran dan Roger Bougie, 2017:82). Setiap indikator diberikan skala berupa angka dengan persetujuan verbal, dapat dilihat pada tabel 3.1. dibawah ini :

Tabel 3.1. Pengukuran Skala Likert

No.	Kriteria	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2017)

Dengan menggunakan skala likert, variabel yang diukur dijelaskan terlebih dahulu dalam beberapa indikator, indikator ini akan dijadikan untuk menyusun item-item instrument yang berupa pertanyaan. Indikator-indikator yang digunakan dapat dilihat pada tabel 3.2. berikut ini :

Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Kode Item
1	Citra Merek (X_1) (Aaker, 2013)	Citra Pembuat (*corporate image*)	J&T Express perusahaan yang mengirimkan barang dengan cepat	1
			J&T Express merupakan perusahaan populer di masyarakat.	2
		Citra Pemakai (*user image*)	Menggunakan merek J&T Express memiliki gaya hidup yang modern	3
			J&T Express dapat digunakan disemua kalangan.	4
		Citra produk (*product image*)	J&T Express mengirimkan barang tepat waktu.	5
			J&T Express menjaga barang konsumen dengan baik.	6
			Layanan yang ditawarkan J&T Express sesuai dengan kebutuhan konsumen.	7
			Konsumen merasakan manfaat yang diinginkan dalam menggunakan jasa J&T Express	8

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Kode Item
2.	Pengalaman Merek (X_2) (Jo ˇ Sko Brakus *et al*., 2011)	Sensorik	J&T Express memberi kesan yang baik dalam pelayanan.	9
			J&T Express adalah jasa pengiriman yang menarik.	10
			Konsumen merasa puas dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Express.	11
		Afeksi	J&T Express menjadi merek yang utama.	12
		Perilaku	Konsumen lebih sering menggunakan jasa J&T Express dibandingkan kompetitor lain.	13
		Intelektual	J&T Express membangkitkan rasa ingin tahu konsumen dan menjadi solusi dalam permasalahan konsumen.	14
3.	Kualitas Pelayanan (X_3) (Tjiptono, 2016)	Realibilitas (*reliability*)	J&T Express menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan.	15
			Pelayanan yang diberikan J&T Express cepat.	16
		Daya Tanggap (*responsiveness*)	J&T Express bersedia membantu menangani masalah konsumen.	17

		Daya Tanggap (*responsiveness*)	J&T Express menginformasikan kepastian *deadline* penyampaian barang.	18
		Jaminan (*assurance*)	J&T Express menumbuhkan rasa percaya para konsumen	19
		Empati (*empathy*)	J&T Express melayani konsumen dengan baik dan penuh perhatian.	20
			J&T Express mengutamakan kepentingan konsumen.	21
		Bukti Fisik (*tangible*)	Peralatan yang digunakan J&T Express modern dan canggih.	22
			Fasilitas Gedung J&T Express bersih dan rapih.	23
			Karyawan J&T Express berpenampilan rapih dan professional.	24
4.	Loyalitas Merek (Y) (Rangkuti, 2021)	Pengukuran Perilaku (*behavior measures*)	Konsumen kan menggunakan layanan jasa J&T Express dalam waktu dekat.	25
			Menjadi pelanggan setia menggunakan J&T Express secara terus menerus.	26

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Kode Item
4.	Loyalitas Merek (Y) (Rangkuti, 2021)	Mengukur Biaya (*switching cost*)	Tarif layanan akan lebih mahal jika konsumen beralih dari J&T Express.	27
		Mengukur Kepuasan (*measuring satisfaction*)	Merasa puas dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Express.	28
		Merek Kesukaan (*measuring liking brand*)	Konsumen akan tetap menggunakan jasa J&T Express, meskipun harga nya lebih mahal dari kompetitor lainnya.	29
		Komitmen (*measuring commitment*)	Konsumen merekomendasikan orang lain untuk menggunakan layanan jasa J&T Express.	30

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

3.5 Metode Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis

Analisis data adalah sebuah kegiatan yang melakukan pengubahan data yang berasal dari hasil penelitian yang dilakukan agar menjadi sumber informasi yang diharapkan dikemudian hari, sehingga dapat digunakan dalam pengambilan kesimpulan. Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis statistik deskriptif dan analisis kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:207) metode analisis data adalah data yang dikelompok kan berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, data dari setiap variabel yang diteliti dan disajikan, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa suatu data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017:208). Dalam penelitian ini peneliti akan membahas mengenai gambaran bentuk selebaran jawaban responden terhadap seluruh konsep yang diukur.

3.5.2. Analisis Statistik Data

Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan software SmartPLS versi 3.2.9 dan metode yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS) yang digunakan dengan tiga tahap, yaitu :

1. Analisis *Outer Model*
2. Analisis *Inner Model*
3. Pengujian Hipotesis

3.5.2.1 Analisis *Measurement Model* (*Outer Model*)

Analisis model pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui bahwa nilai yang digunakan sudah valid dan reliabel untuk pengukuran (Ghozali, 2021:67). Uji yang dilakukan pada *outer model*, yaitu :

1. Uji Validitas

   Dalam uji validitas pada aplikasi SmartPLS 3.2.9 terdapat dua uji, yaitu uji *convergent validity* dan *discriminant validity*.

   a. Convergent Validity

      Pengukuran uji *Convergent Validity* ini bertujuan untuk mengetahui validitas hubungan antara suatu indikator dengan konstruk atau variabel latennya. Indikator individual dengan nilai korelasi > 0,7 dianggap valid. Namun dalam studi kenaikan skala, nilai *loading factor* antara 0,5 - 0,6 masih dapat diterima (Ghozali, 2021:68). Pengukuran ini digunakan untuk mengetahui validitas konstruk dengan menggunakan *Average Variance Extracted* (AVE) dari setiap variabel laten. Jika nilai AVE > 0,5, maka validitas konstruk adalah dapat terpenuhi.

b. *Discriminant Validity*

Validasi diskriminasi ini bertujuan untuk melihat apakah konstruk tersebut memiliki diskriminan yang memadai dengan membandingkan nilai loading pada konstruk setiap indikator harus berkorelasi lebih besar dibandingkan konstruk lainnya. Pada uji validitas diskriminan menggunakan nilai *cross loading* dan *fornell-larcker*

1.) Cross loading

Mengevaluasi nilai cross loading setiap konstruk untuk menemukan bahwa konstruk pada setiap indikator harus berkorelasi lebih besar dibandingkan konstruk lainnya. Nilai *cross loading* yang diharapkan berada diatas 0,7 (Ghozali, 2021:68)

2.) Fornell-Larcker

Dalam uji *Fornell-Larcker* ini menggunakan metode dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) dari setiap konstruk dengan konstruk lainnya. Jika nilai akar kuadrat AVE dari konstruk setiap variabel berkorelasi lebih besar dibandingkan konstruk lainnya, dapat dikatakan valid atau tercapai (Ghozali, 2021:69).

2. Uji Reliabilitas

Alat yang digunakan untuk mengukur suatu konstruk dalam uji reliabilitas adalah *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*. Nilai *composite reliability* > 0,7 dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik, dan nilai *Cronbach Alpha* > 0,7 dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik (Ghozali, 2021:70).

3.5.2.3. Uji *Goodness Of Fit* (GoF)

Ukuran fit pertama yang diusulkan dalam literatur SEM adalah nomer fit index konstruk (NIF) (Ghozali, 2021:79). Uji model fit digunakan untuk memahami model yang digunakan untuk mengetahui apakah model tersebut cocok atau tidak dengan data. Nilai NFI dalam nilai 0 dan 1, model mempunyai kecocokan tinggi jika nilai mendekati 1.

3.5.2.4. 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 dan variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai probabilitas dan t-statistik nya. Untuk nilai probabilitas, nilai *p-value* dengan alpha 5% adalah < 0,05. Nilai t-tabel untuk alpha 5% adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan hipotesis adalah ketika t-statistik > t-tabel. Tingkat signifikasi yang dipakai dalam penelitian ini untuk memastikan tingkat signifikan adalah sebesar 5% (Ghozali, 2021:111).

Jika $t_{statistik} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak atau H_1 diterima

Jika $t_{statistik} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima atau H_1 ditolak

3.5.2.2. Analisis *Inner Model*

Analisis *inner model* dikenal juga sebagai analisis *structural model*, yang bertujuan untuk memprediksi hubungan (*model structural*) antar variabel laten. Yang disebut hubungan internal menunjukkan hubungan antar variabel laten berdasarkan konsep penelitian (Ghozali, 2021:67). Penilaian *model structural* menggunakan uji R-*Square* (R^2) dan *Predictive Relevance* (Q^2). Analisis *inner model* dapat dilihat dari beberapa indikator sebagai berikut :

1. Koefisien Determinasi (R^2)

   Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Nilai R^2 0,75 baik, 0,50 moderat, sedangkan 0,25 lemah (Ghozali, 2021:73).

2. *Predictive Relevance* (Q^2)

   Disamping melihat besarnya nilai R-*square*, evaluasi hasil *model structural* juga dapat dilakukan pada Q^2 *predictive relevance*. Teknik ini dapat mempresentasi *synthesis* dari *cross validation* dan fungsi *fitting* dengan prediksi dari *observed* variabel dan estimasi dari parameter konstruk dengan menggunakan prosedur *blindfolding*. Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan bahwa model mempunyai *predictive relevance*, sedangkan $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Apabila nilai yang didapatkan 0,02 dianggap kecil, 0,15 dianggap sedang dan 0,35 dianggap besar. Semakin mendekati angka 1 maka mempunyai penilaian prediksi yang semakin baik (Ghozali, 2021:75).