

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Pada penelitian ini, jenis sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang dilakukan dengan cara melakukan peninjauan atau pengamatan langsung ke lokasi penelitian.¹

Pendekatan yang digunakan peneliti adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah suatu proses penelitian yang menggunakan data numerik untuk diolah sehingga diperoleh hasil analisis.² Jenis metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini termasuk penelitian korelasi yaitu untuk mengetahui adakah hubungan dari keempat variabel pada penelitian ini yaitu variabel loyalitas pelanggan, kualitas layanan, harga dan lokasi. Karena menggunakan penelitian korelasi maka penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan setting alamiah.

B. Setting Penelitian

Penelitian dilakukan di Agen JNE Sukolilo Kabupaten Pati Jawa Tengah dengan responden konsumen. Alasan peneliti memilih lokasi ini adalah wilayah Sukolilo termasuk wilayah yang padat jumlah penduduknya, sehingga salah satu kegiatan ekonomi masyarakatnya adalah pasar online, sehingga pengiriman paket juga sering dilakukan,

¹ Arwin., dkk., “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sari Melati Kencana Pematangsiantar, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, Vol 3 No. 1 (2020): 192.

² Deni Darmawan, *Metode Peneliian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 37.

dan juga karena keterjangkauan lokasi penelitian, mencakup tenaga, dana maupun waktu.

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah 20 hari, yaitu dari tanggal 10 Juni 2021 sampai 29 Juni 2021. Pengambilan waktu selama 20 hari adalah karena penyebaran kuesioner dilakukan dengan dua metode, yaitu kuesioner langsung dan kuesioner tidak langsung (melalui google form), sehingga waktu 20 hari cukup untuk mendapatkan sehari 5 responden dan dalam 20 hari bisa mencapai jumlah responden yang diperlukan.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah sumber data dalam penelitian tertentu yang memiliki jumlah banyak dan luas. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang ditentukan peneliti berdasarkan pertimbangan masalah, tujuan, hipotesis metode, dan instrument penelitian, di samping pertimbangan waktu, tenaga dan biaya.³

Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Agen JNE Sukolilo Kabupaten Pati Jawa Tengah yang pernah melakukan pengiriman paket lewat JNE. Peneliti menggunakan teknik *sampling nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang serupa kepada setiap bagian dari populasi. Disini peneliti akan menggunakan dua teknik yaitu *sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang ditemui peneliti pada saat di lokasi penelitian, dan *sampling purposive* yaitu teknik penentuan sampel

³ Deni Darmawan, *Metode Peneliian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014, 137-138.

berdasarkan alasan tertentu.⁴ Pertimbangan yang digunakan peneliti adalah pelanggan yang ditemui atau dikirim link google form merupakan pelanggan Agen JNE Sukolilo yang pernah melakukan pengiriman paket menggunakan JNE lebih dari dua kali. Jadi peneliti menggunakan *sampling incidental* dan *sampling purposive* supaya responden yang terpilih benar pelanggan yang loyal, bukan customer baru.

Pada penelitian ini jumlah konsumen yang menggunakan jasa JNE di Agen Sukolilo tidak diketahui dengan pasti sehingga menghitung jumlah sampel minimum yang dibutuhkan dengan menggunakan formula Lemeshow untuk populasi tidak diketahui⁵:

Kerangan:

n : Jumlah sampel

z : Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

p : Maksimal esimasi=0,5

d : Alpha (0,10) atau sampling error 10%

$$n = \frac{Z^2 \times p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (0,5)(1-0,5)}{(0,01)}$$

$$n = \frac{(3,8416) \times (0,5)(0,5)}{(0,01)}$$

$$n = \frac{(3,8416) \times (0,25)}{(0,01)}$$

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 84-85.

⁵ Nurmin Arianito dan Jefri Muhammad, "Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Hotel Dharmawangsa", *Jurnal Semarak*, Vol. 1, No. 1 (2018): 111.

$$0,9604$$

$$n = 0,01$$

$$n = 96,04 \approx 97$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 97 responden. Sampel ini merupakan pelanggan yang pernah bertransaksi menggunakan JNE lebih dari dua kali.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. Data primer ini didapatkan dari penyebaran kuesioner yang diberikan kepada pelanggan Agen JNE Sukolilo yang sudah dua kali lebih menggunakan jasa JNE. Hasil yang didapatkan dari data primer ini berupa karakteristik responden dan data mengenai bagaimana pendapat pelanggan terhadap kualitas layanan, harga dan lokasi pada Agen JNE Sukolilo.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis data yang dikumpulkan kelompok orang lain atau sudah tersedia, dan bisa digunakan peneliti. Data sekunder digunakan peneliti dengan sumber dari jurnal, internet, dan juga buku yang terkait dengan penelitian.

E. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau obyek dari seseorang, yang mempunyai variasi tertentu yang dapat

dipelajari.⁶ Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) **Variabel Bebas (*independent*)** adalah variabel yang menjadi sebab dan mempengaruhi variabel lain (variabel terikat).⁷ Variabel bebas (*independent*) dalam penelitian ini adalah kualitas layanan (X_1), harga (X_2) dan lokasi (X_3).
- b) **Variabel Terikat (*dependent*)** adalah variabel yang menjadi akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel independen.⁸ Variabel terikat (*dependent*) dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan (Y).

2. Variabel Operasional

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas merupakan wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan suatu pembelian secara terus	a. Attitudinal loyalty	a. Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain b. Menyukai merek tersebut c. Tetap memilih merek tersebut	Likert

38. ⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*,

39. ⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*,

39. ⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*,

	menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih. ⁹		d. Yakin merek tersebut yang terbaik	
		b. Behavioral loyalty	a. Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut b. Pembelian ulang	
Kualitas Layanan (X1)	Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan dari pelanggan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. ¹⁰	a. Bukti langsung (<i>Tangibles</i>)	a. Penampilan pegawai	Likert
		b. Kehandalan (<i>Reliability</i>)	a. Penyelesaian keluhan	
		c. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	a. Pelayanan cepat dan tepat	
		d. Jaminan (<i>Assurance</i>)	a. Kemampuan dalam memberikan keamanan	

⁹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, 104.

¹⁰ Setya Ayu Diasari, “Pengaruh Harga, Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan,” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5, No. 12 (2016): 4.

			n	
		e. Perhatian (<i>Empathy</i>)	a. Kemampuan dalam berkomunikasi	
Harga (X2)	Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa. ¹¹	a. <i>Price consciousness</i>	a. Keterjangkauan harga	Likert
		b. <i>Value for money</i>	a. Kesesuaian harga dengan fasilitas b. Kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima c. Kesesuaian harga dengan jarak yang ditempuh	
Lokasi (X3)	Lokasi merupakan aktivitas perusahaan yang menciptakan	a. Akses	a. Keterjangkauan lokasi b. Kedekatan lokasi	Likert
		b. Visibilitas	a. Keberadaan	

¹¹ Chando Martua, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman AB Cargo,” 12.

	an produk tersedia untuk target. ¹²	tas	an lokasi terlihat jelas
		c. Lalu lintas (Traffic)	a. Kelancaran akses menuju lokasi
		d. Tempat parkir yang luas dan aman	a. Tersedia tempat parkir
		e. Ekspansi	a. Tersedia tempat cadangan
		f. Lingkungan	a. Banyak konsumen disekitar lokasi
		g. Persaingan	a. Belum ada kompetitor
		h. Peraturan pemerintah	a. Keberadaan bisnis tidak bertentangan dengan peraturan pemerintah

¹² Elly Rahayu, “Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran,” 9.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Hasil penelitian dikatakan valid jika antara data yang telah dikumpulkan dengan data yang sebenarnya terjadi pada obyek yang diteliti terdapat kesamaan. Uji validitas dilakukan untuk mengukur keabsahan data yang didapat. Instrumen yang valid artinya alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data (pengukuran) adalah valid. Valid artinya alat tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang perlu diukur.¹³

Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap bagian dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor bagian. Jika nilai r_{hitung} atau hasil perhitungan lebih besar dari r_{tabel} pada alpha tertentu berarti instrumen tersebut dinyatakan valid. Dan jika r_{hitung} kurang dari nilai r_{tabel} pada alpha tertentu maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Uji validitas yang dijabarkan tersebut dikenal dengan validitas konstruksi (*construct validity*), menggunakan rumus korelasi *pearson product moment*.¹⁴

2. Uji Reliabilitas

Jika data dari periode yang berbeda serupa, maka hasil penelitian dianggap reliabel. Instrumen yang reliabel mengacu pada instrumen yang menghasilkan data yang sama ketika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama.¹⁵ Dengan kata lain reliabel

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 121.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 133-134.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 121.

adalah ketika tanggapan yang diberikan oleh responden konsisten dari waktu ke waktu. Untuk melakukan uji reliabilitas dapat menggunakan metode Cronbach's Alpha.¹⁶ Kriteria untuk menentukan instrumen tersebut reliabel atau tidak, dengan melihat hasil pengujian statistik Cronbach's Alpha $> 0,60$. Dan jika Cronbach's Alpha ditemukan angka koefisien $< 0,60$ maka dikatakan tidak reliabel.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi

Observasi menurut Sutrisno Hadi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.¹⁷ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi nonpartisipan, yaitu peneliti tidak berpartisipasi dan hanya bertindak sebagai pengamat. Peneliti melakukan observasi ke Agen JNE Sukolilo untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dan membagikan kuesioner kepada pelanggan Agen JNE Sukolilo.

2. Wawancara

Teknik wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara peneliti memberikan pertanyaan secara tatap muka (*face to face*) maupun melalui telepon. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode wawancara terstruktur yaitu peneliti telah menyiapkan pertanyaan yang akan di tanyakan kepada responden. Pertanyaan nya berupa

¹⁶ Deni Darmawan, *Metode Peneliian Kuantitatif*, 180.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*,

“Berapa kali konsumen melakukan pengiriman menggunakan JNE?”

3. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilengkapi dengan mengajukan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden.¹⁸ Dalam teknik kuesioner ada tiga jenis yaitu kuesioner tertutup, kuesioner terbuka dan kuesioner campuran. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner tertutup, yaitu peneliti memberikan beberapa pilihan untuk dipilih oleh responden. Teknik ini digunakan oleh peneliti dengan cara membagikan kuesioner kepada konsumen Agen JNE Sukolilo yang pernah melakukan pengiriman barang menggunakan jasa JNE minimal dua kali. Dalam teknik kuesioner didesain menggunakan skala likert (*likert scale*), setiap butir pernyataan memakai pilihan agar memperoleh data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), kurang setuju (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1).

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang berbentuk dokumen seperti foto, video, tulisan dan lainnya. Tujuan teknik dokumentasi ini adalah untuk memperoleh data secara konkret yang berhubungan dengan obyek penelitian. Dalam penelitian ini dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data tentang profil Agen JNE Sukolilo, data konsumen, data harga ongkir, letak geografis Agen JNE

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 142.

Sukolilo dan data terkait lainnya perihal penelitian.

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk memeriksa apakah ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik apabila tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel independen. Cara untuk melihat ada atau tidaknya gejala multikolonieritas adalah dengan mengetahui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolonieritas.¹⁹

2. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal. Model regresi yang baik memiliki sebaran data normal atau berdistribusi mendekati normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan grafik *normal Probability Plot*. Dasar keputusannya berdasarkan kriteria uji normalitas yaitu sebagai berikut²⁰:

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis

¹⁹ Duwi Priyatno, *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: C. V ANDI OFFSET, 2014), 99- 103.

²⁰ Duwi Priyatno, *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*, 91.

diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Karena uji normalitas menggunakan grafik *normal Probability Plot* bisa salah pemutusan, maka peneliti menambahkan uji *Kolmogorov Smirnov*. Dengan dasar keputusan jika nilai $\text{sig} > \alpha$ (0,05) maka variabel residual berdistribusi normal, dan jika nilai $\text{sig} < \alpha$ (0,05) maka variabel residual tidak berdistribusi normal.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dipakai untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Regresi yang baik adalah regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Jika ada pola-pola tertentu, seperti titik yang membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas, dan jika tidak ada titik yang jelas dan titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.²¹

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang sudah dirumuskan oleh peneliti. Dimana analisis ini digunakan untuk

²¹ Duwi Priyatno, *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*, 113.

mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel kualitas layanan, harga, lokasi terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut²²

Rumus : $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$

Keterangan :

Y	:
Variabel dependen Loyalitas Pelanggan	:
a	:
Bilangan konstanta regresi berganda	:
b ₁	:
Koefisien regresi variabel kualitas layanan	:
b ₂	:
Koefisien regresi variabel harga	:
b ₃	:
Koefisien regresi variabel lokasi	:
X ₁	:
Variabel independen Kualitas layanan	:
X ₂	: Variabel independen Harga
X ₃	:
Variabel independen Lokasi	:
e	:
Standart errorr (tingkat kesalahan)	:

2. Uji F (Simultan)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yaitu kualitas layanan (X1), harga (X2) dan lokasi (X3) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan (Y).²³ Langkah-

²² Duwi Priyatno, *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*, 160.

²³ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif*, (Yogyakarta: AMP YKPN, 2001), 98.

langkah dalam uji statistik F adalah sebagai berikut²⁴ :

a) Merumuskan hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh antara variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y)

H_a : Ada pengaruh antara variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y)

b) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ($\alpha = 5\%$)

c) Menentukan F_{tabel}

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, df 1 (jumlah variabel-1) atau $4-1=3$, dan df 2 ($n-k-1$) atau $97-3-1=93$ (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen)

d) Kriteria pengujian

H_0 diterima bila nilai Sig. > 0,05, atau

$F_{hitung} \leq F_{tabel}$

H_0 ditolak bila nilai Sig. < 0,05, atau

$F_{hitung} \geq F_{tabel}$

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua

²⁴ Duwi Priyatno, *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*, 157-158.

informasi yang dibetulkan untuk menghasilkan perubahan pada variabel dependen.²⁵

4. Uji t (Parsial)

Digunakan untuk menentukan tingkat pengaruh satu variabel independen ketika menjelaskan perubahan variabel dependen.²⁶ Menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel independen apakah berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji signifikansi masing-masing parameter menggunakan uji statistik t. Menarik kesimpulan dengan mengamati nilai signifikansi (α) atau nilai t hitung dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- a) Tingkat signifikansi $\alpha > 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$: maka H_0 diterima atau tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- b) Tingkat signifikansi $\alpha < 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$: maka H_0 ditolak atau terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.²⁷

²⁵ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif*, 100.

²⁶ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif*, 97.

²⁷ Duwi Priyatno, *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*, 175.