

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Penyelidikan dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Rifa'i Abubakar (2021) mendefinisikan penelitian kuantitatif sebagai suatu jenis metodologi penelitian yang memerlukan pengumpulan data baik dalam bentuk kualitatif maupun kuantitatif, kemudian diberi nomor misalnya dengan menggunakan skala pengukuran. Ada dua jenis metodologi data yang dapat diterapkan: pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Metodologi penelitian kualitatif, di sisi lain, melibatkan pengungkapan data melalui kata-kata atau frasa, bukan nilai numerik, sedangkan pendekatan kuantitatif menggunakan ukuran numerik berdasarkan peristiwa yang diteliti (Rifa'i Abubakar, 2020).

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi**

Yang dimaksud dengan “populasi” dalam konteks penelitian adalah keseluruhan kelompok subjek penelitian, yang dapat terdiri dari orang atau wilayah tertentu. Menurut Rifa'i Abubakar (2020), populasi yang disebut juga alam semesta merupakan kesatuan analisis yang lengkap dengan ciri-ciri yang harus diprediksi. Dengan kata lain, semua subjek penelitian, sumber data, dan sumber yang akan dijadikan sumber pengumpulan data termasuk dalam populasi yang diselidiki. Pelanggan J&T Express wilayah Surabaya menjadi fokus penelitian ini.

Warga Kota Surabaya yang telah memanfaatkan jasa pengiriman J&T Express PTC Surabaya menjadi partisipan dalam penelitian ini.

### 3.2.2 Sampel

Sampel adalah sekumpulan data ringkas yang digunakan untuk mengkarakterisasi ukuran dan susunan populasi. Ketika terdapat banyak orang dalam suatu populasi dan tidak terdapat cukup sumber daya, uang, waktu, atau tenaga, peneliti dapat memilih untuk mengumpulkan sampel dari masyarakat (Sugiyono, 2010). Hasil penelitian dapat diterapkan pada seluruh populasi jika sampelnya cukup mewakili masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu, penting untuk menjamin bahwa sampel secara akurat mewakili populasi secara luas.

Purposive sampling adalah metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Purposive sampling merupakan salah satu teknik pengambilan sampel yang memperhatikan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010). Selain itu, diperlukan setidaknya sepuluh kali lebih banyak anggota sampel untuk masing-masing dari lima variabel yang diteliti. Misalnya, jika total variabel bebas dan variabel terikat berjumlah lima, maka ukuran sampel minimal adalah lima puluh. Untuk melakukan penelitian ini, peneliti membutuhkan 40 pengguna atau pelanggan J&T Express PTC Surabaya sebagai sampel. Mereka juga perlu mengambil empat variabel dan mengalikannya dengan sepuluh.

Pertimbangan atau kriteria dalam pemilihan sampel pada penelitian ini melibatkan:

1. Berusia Minimal 17 Tahun
2. Pernah menggunakan jasa ekspedisi J&T *Express* PTC Surabaya

### 3.3 Identifikasi Variabel

Uraian identifikasi variabel penelitian didasarkan pada hipotesis sebagai berikut:

#### 3.3.1 Variabel Bebas (X) :

- a. Kualitas Pelayanan (X1)
- b. Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)

### 3.3.2 Variabel Mediasi (Z) :

- a. Kepuasan Pelanggan (Z)

### 3.3.3 Variabel Terikat (Y) :

- a. Loyalitas Pelanggan (Y)

## 3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini disajikan di bawah ini:

### A. Variabel X

#### 1. Kualitas Pelayanan (X1)

Respons yang cepat dan tepat waktu terhadap kebutuhan, tuntutan, dan harapan pelanggan dapat dianggap sebagai upaya untuk memberikan layanan berkualitas tinggi. Memberikan layanan pelanggan yang sangat baik sangat penting agar bisnis di industri jasa dapat sukses. Variabel kualitas pelayanan dinilai dengan memperhatikan indikator-indikator berikut:

- 1. Concrete (bukti fisik)
- 2. Dependability (dapat diandalkan)
- 3. Reactivity (persetujuan)
- 4. Assurance (keyakinan dan kepastian)
- 5. Compassion (kasih sayang).

#### 2. Ketepatan Waktu (X2)

Ketepatan waktu pengiriman merujuk pada seberapa cepat pembeli menerima barang setelah memesan. Perusahaan dan pemasok menilai kapasitas

produksi serta kemampuan mereka untuk mengirim barang dengan efisien.

Variabel ketepatan waktu pengiriman dinilai melalui indikator-indikator berikut:

1. Pengiriman produk
2. Informasi
3. Pelayanan

#### B. Variabel Mediasi (Z)

##### 1. Kepuasan Pelanggan (Z)

Tingkat kebahagiaan yang dialami pelanggan dapat digunakan untuk menentukan kepuasan pelanggan ketika harapan atau keinginannya terpenuhi, bahkan jika mencapainya memerlukan upaya atau pengorbanan. Variabel kepuasan pelanggan dapat diukur melalui parameter-parameter berikut:

1. Memenuhi harapan
2. Menghidupkan kembali minat
3. Kesiapan untuk menyarankan.

#### C. Variabel Y

##### 1. Loyalitas Pelanggan (Y)

Loyalitas pelanggan adalah hubungan dan kesetiaan yang dimiliki konsumen terhadap suatu bisnis, vendor, atau pedagang sebagai hasil dari pembelian barang atau jasa yang sama secara konsisten dan pandangan yang positif. Klien setia ini akan menjaga pemasok tetap baik dan sering kembali kepada mereka untuk pembelian barang atau jasa tambahan. Berikut indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan:

1. Tindakan pembelian kembali.

2. Pola pembelian untuk merek.
3. Tingkat preferensi merek.
4. Kemantapan atau keseragaman merek.
5. Keyakinan bahwa merek tertentu lebih baik.
6. Kecenderungan untuk memberi tahu orang lain tentang merek tersebut

### **3.5 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.5.1 Jenis Data**

Tergantung pada jenis data yang dikumpulkan, penelitian dapat diklasifikasikan menjadi kualitatif atau kuantitatif. Penulis menekankan penerapan analisis data kuantitatif dalam situasi ini.

1. Penelitian yang mengumpulkan data numerik atau kualitatif dan menjumlahkannya, seperti dalam skala pengukuran, disebut penelitian kuantitatif (Rifa'i Abubakar, 2020).
2. Menurut Rifa'i Abubakar (2020), penelitian kualitatif diartikan sebagai penelitian yang datanya diwujudkan dalam bentuk kata atau frasa, bukan sebagai ekspresi numerik.

#### **3.5.2 Sumber Data**

Dua kategori data yang digunakan peneliti dalam kerangka penelitian ini: data primer dan sekunder:

1. Burhan Bungin (2008) mendefinisikan data primer sebagai informasi yang dikumpulkan langsung dari lokasi atau subjek penelitian. Partisipan penelitian ini yang diperkirakan merupakan konsumen jasa pengiriman J&T Express mengisi kuesioner yang menjadi sumber data utama penelitian ini.
2. Sumber data sekunder adalah sumber yang memberikan informasi yang diperlukan dari sumber kedua atau sekunder (Burhan Bungin, 2008).

Informasi yang dikumpulkan dari sarana pengumpulan data, buku referensi, media, internet, dan sumber lain yang berkaitan dengan subjek penelitian dianggap sebagai data sekunder dalam konteks penelitian ini.

### **3.5.3 Prosedur Pengumpulan Data**

Informasi yang diperlukan untuk penelitian ini harus dikumpulkan dengan menggunakan teknik dan protokol berikut:

- a. Studi lapangan merupakan penelitian yang partisipannya memberikan informasi dan data secara langsung. Metode pengumpulan informasi untuk penyelidikan lapangan adalah:

1. Kuesioner

Kuesioner menurut Sugiyono (2010) adalah suatu teknik pengumpulan data yang pesertanya diberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dilengkapi. Penggunaan kuesioner menjadi lebih efektif bila peneliti menyadari harapan responden dan memiliki pemahaman menyeluruh terhadap variabel yang akan diukur. Kuesioner untuk penelitian ini disebarkan menggunakan skala Likert, yaitu suatu teknik pengukuran dimana responden diminta menjawab suatu pertanyaan atau pernyataan dan kemudian diberi skor untuk tanggapannya.

Skala Likert (Sugiyono, 2018) dengan lima skor digunakan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi beberapa parameter:

- a. skor lima diberikan pada jawaban “Sangat Setuju”.
  - b. Skor 4 diberikan untuk jawaban “Setuju”.
  - c. Respon netral mendapat skor 3.
  - d. Jawaban tidak setuju mendapat skor dua.
  - e. Satu poin diberikan untuk jawaban "Sangat Tidak Setuju".
- b. Kajian terhadap literatur adalah dengan melihat karya teoritis dan kutipan tentang budaya, norma, dan nilai yang muncul dalam setting sosial yang diteliti (Sugiyono, 2010). Informasi tersebut bisa Anda peroleh di sejumlah sumber tertulis maupun elektronik, seperti buku, ensiklopedia, jurnal, website, laporan penelitian, dan bahan cetak lainnya.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

#### **3.6.1 Uji Validitas**

Salah satu metode untuk menilai tingkat validitas suatu instrumen penelitian adalah dengan uji validitas (Arikunto, 2020). Instrumen yang tingkat validitasnya tinggi dianggap valid, sedangkan instrumen yang tingkat validitasnya rendah dianggap kurang valid. Tujuan pengujian validitas adalah untuk mengevaluasi kemampuan kuesioner dalam mengukur metrik yang dimaksudkan. Kriteria berikut dapat digunakan untuk menguji validitas suatu instrumen dengan menggunakan perangkat lunak statistik seperti SPSS Statistics:

#### **3.6.2 Uji Reliabilitas**

Sejauh mana suatu instrumen dapat diandalkan atau dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data disebut reliabilitas (Arikunto, 2020). Instrumen dengan desain yang baik dapat menghindari tren yang mempengaruhi pilihan respons responden. Data yang konsisten dari instrumen yang dapat dipercaya berarti data

tersebut akan tetap benar bahkan setelah dilakukan beberapa kali pengukuran.

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa metrik reliabilitas dapat ditentukan oleh:

- Item pertanyaan dimensi dikatakan kredibel jika nilai Cronbach's Alpha diatas  $\geq 0,6$ .
- Item pertanyaan dimensi tidak reliabel jika skor Cronbach's Alpha kurang dari atau sama dengan  $\leq 0,6$ .

### 3.6.3 Uji Koefisien Determinasi

Besarnya perubahan variabel terikat yang dapat diperhitungkan oleh model diukur dengan koefisien determinasi. Antara 0 dan 1 merupakan rentang nilai koefisien determinasi. Jika nilai variabel independen mendekati 1 berarti hampir seluruh data yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen ada di dalam variabel tersebut, menurut Ghozali (2011). Koefisien determinasi penelitian dihitung dengan menggunakan software SPSS. Nilai Adjusted R2 yang diperbarui pada model ringkasan menjadi fokus utama prosedur penilaian.

### 3.6.4 Uji T

Tujuan dari uji t ini adalah untuk mengetahui apakah variabel independen dan dependen mempunyai pengaruh parsial yang signifikan satu sama lain (Sugiyono dalam Kaloka, 2016). Tingkat signifikansi uji dua sisi ini adalah  $\alpha = 5\%$  atau 0,05. Serangkaian kriteria penilaian berikut diterapkan:

1. Variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang nyata terhadap variabel dependen jika ambang signifikansinya lebih besar dari 0,05 dan nilai estimasi t lebih kecil dari t tabel.
2. Variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen jika nilai signifikansi t hitung lebih besar dari t tabel dan signifikansinya kurang dari 0,05.

### 3.6.5 Uji Pengaruh Mediasi (*Path Analysis*)

Tujuan pengujian regresi dengan variabel intervening adalah untuk mengevaluasi bagaimana suatu variabel mempengaruhi secara tidak langsung variabel lainnya. Pendekatan analisis rute digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel intervening. Analisis jalur merupakan pendekatan yang dikembangkan dari metode analisis regresi linier berganda. Pencarian korelasi antar variabel berupaya untuk memastikan pengaruh sekelompok faktor independen, baik langsung maupun tidak langsung, terhadap variabel dependen (Ghozali, dalam Sinollah & Masruro (2019)).

Untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung komponen independen terhadap variabel dependen digunakan metode analisis rute. Metode ini menentukan pengaruh langsung dan tidak langsung setiap variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan koefisien regresi yang tidak disederhanakan.