

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *explanatory research*. Menurut Sugiyono (2017) *explanatory research* adalah metode penelitian yang menjelaskan kedudukan dari variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel yang lainnya. Penelitian ini menguji pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Malhotra (2009) populasi merupakan gabungan seluruh sub elemen kelompok yang memiliki serangkaian karakteristik tertentu yang mencakup semesta untuk kepentingan riset pemasaran. Populasi dalam penelitian bersifat tidak terbatas dan populasi yang terdapat dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen pengguna jasa ekspedisi Anteraja di kota Malang.

3.2.2 Sampel

Jenis populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya sehingga akan menggunakan pendekatan *non probability sampling* dengan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Menurut Malhotra (2009) sampel adalah sub kelompok elemen dari populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam penelitian. Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang mewakili populasi, sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Anteraja di kota Malang. Jumlah sampel dalam penelitian ini akan menggunakan pendekatan dari Malhotra (2010) besar sampel yang diambil dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah indikator dengan 5, atau $5 \times$ jumlah indikator. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Total indikator dalam penelitian ini adalah 23 indikator, sehingga minimal ukuran sampel penelitian ini adalah $23 \times 5 = 115$, Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 115 responden.

3.2.3 Teknik Sampling

Menurut Malhotra (2010) pemilihan teknik pengambilan sampel merupakan upaya penelitian untuk mendapatkan sampel yang representatif (mewakili), yang dapat menggambarkan populasinya. Teknik pengambilan sampel tersebut dibagi atas 2 kelompok besar yaitu, *Probability Sampling (Random Sample)* dan *Non Probability Sampling (Non Random Sample)*.

Penelitian ini akan menggunakan teknik pengambilan sampel *Non Probability Sampling* yaitu menurut Malhotra (2010) adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Pemilihan sampel tidak secara random. Hasil yang diharapkan hanya merupakan gambaran kasar tentang suatu keadaan. Penelitian ini akan menggunakan metode pengambilan sampel dengan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti dan element yang telah terpilih tersebut dirasa oleh peneliti dapat mewakili populasi yang ada. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan transaksi di Anteraja di kota Malang minimal 1 kali dalam satu bulan terakhir.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dari variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut :

Tabel 3. 1. Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Sumber
1.	Kualitas Layanan	Kualitas Layanan merupakan serangkaian kegiatan unggul dari Anteraja yang dapat memenuhi harapan pelanggan dari segala aspek dalam jasa ekspedisi Anteraja	1) Bukti fisik (<i>tangibles</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Kerapian karyawan b. Menggunakan peralatan modern c. Kenyamanan kantor atau ruangan 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Parasuraman dkk (1988) 2. Noeraini dan Sugiono (2016) 3. Nurhayati (2022)
			2) Keandalan (<i>reliability</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Ketepatan waktu dalam pengiriman b. Keandalan dalam menangani masalah 	
			3) Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Kesiapan karyawan membantu pelanggan b. Kesiapan karyawan mendengarkan 	

No.	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Sumber
				keluhan pelanggan	
			4) Jaminan (<i>assurance</i>)	a. Kesediaan karyawan menjaga keamanan barang yang dikirim b. Kesediaan perusahaan memberikan jaminan atas kehilangan dan kerusakan barang yang dikirim	
			5) Empati (<i>empathy</i>)	a. Keramahan karyawan saat memberikan pelayanan b. Karyawan memberikan pelayanan dengan sepenuh hati kepada pelanggan	

No.	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Sumber
				c. Memahami kebutuhan pelanggan	
2.	Kepercayaan	Kepercayaan merupakan kepercayaan antara pelanggan terhadap Anteraja dalam melakukan suatu hubungan transaksi berdasarkan keyakinan bahwa Anteraja akan memenuhi segala kewajibannya dengan baik sesuai yang diharapkan oleh pelanggan.	1) Integritas (<i>integrity</i>)	<p>a. Penilaian pelanggan terhadap kejujuran perusahaan mengenai informasi dari layanan yang diberikan</p> <p>b. Perusahaan dapat memenuhi komitmen dari layanan yang ditawarkan</p>	<p>1. Reza (2016)</p> <p>2. Casaló (2011)</p> <p>3. Dewantoro (2022)</p>
			2) Kebaikan (<i>benevolence</i>)	a. Perusahaan memberikan pelayanan dengan tidak membedakan-	

No.	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Sumber
				bedakan pelanggan	
				b. Mengutamakan kepentingan pelanggan	
			3) Kemampuan (<i>ability</i>)	a. Karyawan memiliki pengalaman dalam memberikan pelayanan	
				b. Kemampuan perusahaan memberikan pelayanan	
3.	Kepuasan Pelanggan	Kepuasan pelanggan merupakan perasaan para pelanggan yang muncul setelah menggunakan suatu jasa dari Anteraja, perasaan tersebut dapat berupa kesenangan atau kekecewaan.	1) Kesesuaian Harapan	a. Pelayanan yang diberikan selalu memenuhi harapan pelanggan	1. Tjiptono (2008) 2. Nurhayati (2022) 3. Putri dan Yoga (2023)
			2) Minat berkunjung kembali	a. Pelanggan tidak akan beralih ke jasa lain yang serupa	

No.	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Sumber
				<ul style="list-style-type: none"> b. Pelanggan akan menggunakan kembali layanan yang ditawarkan di masa yang akan datang 	
			<ul style="list-style-type: none"> 3) Kesiediaan merekomendasikan 	<ul style="list-style-type: none"> a. Pelanggan akan menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan layanan yang ditawarkan b. Pelanggan akan merekomendasikan perusahaan sebagai pilihan utama kepada orang lain. 	

3.4 Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer, menurut Umar (2000) data primer adalah data yang didapat dari sumber secara langsung dari subyek penelitian. Dalam hal ini data primer tersebut berupa jawaban hasil penyebaran kuisioner kepada konsumen anteraja di kota Malang

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ilmiah terdapat beberapa teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data primer yang dipergunakan adalah : Kuesioner (angket) yaitu merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan/pernyataan kepada responden mengenai Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan. Dalam penelitian ini, digunakan daftar pertanyaan bersifat tertutup, dimana alternatif jawaban telah disediakan. (Sugiyono, 2021)

Kuesioner akan dibagikan secara langsung atau secara online kepada responden dalam bentuk google form untuk diisi, kemudian data awal yang sudah diselesaikan akan diberi kode sesuai dengan variabel dan kualifikasi variabel, dan selanjutnya ditabulasi menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Data akan diolah untuk mendapatkan informasi deskriptif dan pengujian hipotesis.

3.6 Teknik Pengukuran Data

Alat yang digunakan dalam pembuatan kuesioner adalah Skala Likert. Skala ini banyak digunakan dalam penelitian sikap masyarakat. Skala Likert digunakan secara luas untuk meminta responden menandai derajat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus. Responden diminta untuk menjawab setiap pertanyaan. Untuk variabel bebas dan terikat dalam penilaian jawaban dari responden yaitu sebagai berikut :

- | | |
|------------------------|---------|
| a. Sangat Setuju | Nilai 5 |
| b. Setuju | Nilai 4 |
| c. Netral | Nilai 3 |
| d. Tidak Setuju | Nilai 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju | Nilai 1 |

3.7 Uji Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dalam mengumpulkan data menggunakan kuesioner untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner tersebut. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan yang ada didalamnya mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas, maka digunakan pengolahan data dengan SPSS. Adapun kriteria uji validitas sebagai berikut: (Ghozali, 2011)

- A. Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dan nilai r positif, maka butir pernyataan dikatakan valid.
- B. Jika nilai r hitung lebih kecil r tabel ($r_{hitung} < r_{tabel}$) dan nilai r negatif, maka butir pernyataan dikatakan tidak valid.

Rumus Uji Validitas:

$$r = \frac{n\Sigma - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\}\{n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

Dimana:

r_{xy} = Koefisien korelasi

N = Banyak sampel

X = Item dari variable yang diuji

Y = Jumlah skor semua item variable yang diuji

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ditujukan untuk menunjukkan tingkat kehandalan dari suatu instrumen. Suatu pendekatan yang cukup populer untuk mengatasi persoalan ini adalah dengan menggunakan koefisien alpha. Nilai alpha berkisar antara 0 sampai 1. Tindakan pengukuran akan dikatakan reliabel jika paling tidak nilai alpanya 0,60. Maka dari itu digunakannya program IBM SPSS Versi 25, menurut Ghozali (2011) untuk membantu mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha (α) dengan ketentuan:

- a. Jika nilai Cronbach Alpha > Standard Cronbach Alpha 0,60, maka butir pertanyaan dikatakan reliabel.
- b. Jika nilai Cronbach Alpha < Standard Cronbach Alpha 0,60, maka butir pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Rumus Uji Reliabilitas:

$$\alpha = \left[\frac{N}{N-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma^2_{item}}{\sigma^2_{total}} \right) \right]$$

Dimana:

α = Cronbach's Alpha

N = Banyaknya pertanyaan

σ^2_{item} = Varian dengan pertanyaan

σ^2_{total} = Varian dari skor

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk mendeskriptifkan variabel penelitian tanpa menarik generalisasi. Data yang telah dikumpulkan selanjutnya di Edit dan ditabulasikan dalam tabel dan dilakukan pembahasan secara deskriptif. Pengukuran yang dilakukan dengan memberikan angka, baik dalam jumlah responden maupun dalam angka presentase (%).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Asumsi yang paling fundamental dalam analisis *multivariate* adalah normalitas, yang merupakan bentuk suatu distribusi data pada suatu variabel metrik tunggal dalam menghasilkan distribusi normal. Data dikatakan normal apabila membentuk distribusi normal. Apabila asumsi normalitas tidak terpenuhi dan penyimpangan normalitas besar maka seluruh hasil uji statistik adalah tidak valid. Menurut Ghozali (2011) tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data yang didapat dari lapangan itu berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Uji normalitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji kolmogorov smirnov, apabila hasil uji normalitas menunjukkan nilai Sig > 0,05, maka data berdistribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan alat bantu IBM SPSS versi 25.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011) asumsi heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah residual memiliki ragam yang homogen (konstan) atau tidak. Pengujian asumsi heteroskedastisitas diharapkan residual memiliki ragam yang homogen. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Glejser, yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya >0,05. Sebaliknya,

terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya $< 0,05$. Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas atau tidak terjadi masalah Heterokedastisitas. Apabila nilai probabilitas (*sig*) $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji Glejser digunakan untuk menguji asumsi heteroskedastisitas. Dalam mencari analisis uji heteroskedastisitas yaitu dengan cara: Apabila terdapat pola seperti bergelombang, dll, maka dapat diartikan telah terjadi heteroskedastisitas Apabila tidak ada pola yang jelas, serta adanya titik-titik yang menyebar dibawah atau di atas angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel bebas di dalam model regresi yang terbentuk (Ghozali, 2011). Dalam pengujian asumsi multikolinieritas terhadap model regresi yang baik diharapkan antar variabel bebas tidak terjadi korelasi, atau terdapat gejala multikolinier.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas digunakan metode *Tolerance And Variante Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Kriteria pengambilan keputusan terkait uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai VIF < 10 atau nilai *Tolerance* $> 0,01$, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai VIF > 10 atau nilai *Tolerance* $< 0,01$, maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.
3. Jika koefisien korelasi masing-masing variabel bebas $> 0,8$ maka terjadi multikolinearitas. Tetapi jika koefisien korelasi masing-masing variabel bebas $< 0,8$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.9 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier beganda. Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk menguji atau melakukan estimasi dari suatu permasalahan yang terdiri dari lebih dari satu variabel bebas . Model regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini memiliki formula, sebagai berikut: (Sugiyono, 2014)

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

A = konstanta

b_1, b_2, \dots, b_n = koefisien regresi

X1 = Kualitas Layanan

X2 = Kepercayaan

e = standar error

3.10 Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk mengetahui kebermaknaan pengaruh masing-masing koefisien, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2016) :

$$Uji t = \frac{b_i}{Se(b_i)}$$

Dimana : b_i = koefisien regresi variabel bebas ke i .

$Se(b_i)$ = koefisien standart error ke i .

Ho = tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel bebas (X) yang terdiri Kualitas Layanan, Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Ha = ada pengaruh yang signifikan variabel bebas (X) yang terdiri
Kualitas Layanan, Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian hipotesis berdasarkan signifikan 95%, kriterianya adalah:

- Apabila nilai t dihitung $\leq t$ tabel maka, H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara Kualitas Layanan, Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan
- Apabila t hitung $> t$ tabel maka, H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara Kualitas Layanan, Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan

