

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan Pada pelanggan Ekspedisi Wahana *Express*.

Pemilihan obyek pada penelitian ini dilakukan secara sengaja, didasarkan oleh pertimbangan melalui pemilihan berdasarkan kesesuaian dan karakteristik yang dimiliki calon sampel dengan kriteria tertentu yang dikehendaki peneliti sesuai dengan tujuan penelitian ini.

B. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dikategorikan sebagai *explanatory research*, yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner melalui online atau Google form sebagai alat pengumpulan data.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya, Populasi Pelanggan Ekspedisi Wahana *Express*, pada penelitian ini termasuk populasi tak terhingga karena populasinya merupakan pelanggan Ekspedisi Wahana *Express* yang grafik penggunaannya tidak terprediksi namun tetap pada batasan tertentu yaitu pelanggan Ekspedisi Wahana *Express*.

2. Sampel

Menurut Bougie *et al.* (2017) sampel adalah sebagian dari populasi dan sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dalam menentukan jumlah sampel yang representatif adalah tergantung pada jumlah indikator dapat dikali 5 sampai 10 (Ferdinand, 2006). Berdasarkan uraian diatas, peneliti menetapkan sebesar 140 untuk dijadikan besaran sampel, hasil tersebut diperoleh dari perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Sampel Minimum} = \text{Jumlah Indikator Penelitian} \times 5$$

$$\text{Sampel Minimum} = 28 \times 5$$

$$\text{Sampel Minimum} = 140$$

Dari hasil perhitungan diatas jumlah sample yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebesar 140 responden. Jumlah ini sudah tergolong representatif, karena minimum sampel yang memadai bagi sebuah penelitian adalah 100 sampel.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. *Non-probability sampling* merupakan tipe sampling yang tidak mempertimbangkan peluang (Sanusi, 2013). *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Penentuan sampel pada penelitian ini, peneliti menentukan beberapa kriteria yang harus dimiliki oleh responden kemudian menyebarkan kuisioner hingga jumlah responden yang didapatkan sudah memenuhi jumlah sampel yang dibutuhkan. Kemudian karakteristik responden dalam penelitian ini adalah:

- a. Pelanggan Ekspedisi Wahana *Express* (pengguna jasa layanan Ekspedisi Wahana *Express* minimal 2 kali).
- b. Pelanggan Ekspedisi Wahana *Express* yang berada di kota malang
- c. Pelanggan Ekspedisi Wahana *Express* dengan usia 19-30 tahun

D. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2013) definisi operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Tabel 3.1: Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator
1	Kepuasan pelanggan (Y)	kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan Zeithaml (2018)	Kepuasan pelanggan merupakan tanggapan evaluasi yang dirasakan oleh pelanggan sesudah menggunakan jasa Ekspedisi Wahana <i>Express</i> .		<ol style="list-style-type: none"> 1.Selalu menggunakan layanan 2. Kepuasan pelanggan pada keseluruhan jasa layanan (Lestari dan Hidayat, 2019) 3.Merekomendasikan kepada pihak lain 4.Memberikan review bintang 5 (Irawan, 2008)
2	Kualitas Layanan (X1)	Kualitas layanan adalah suatu upaya pemenuhan kebutuhan customer yang dilakukan dengan keinginan serta ketepatan cara penyampaiannya sehingga dapat memenuhi harapan dari kepuasan pelanggan tersebut (Tjiptono, 2012).	Kualitas layanan ekspedisi Wahana <i>Express</i> bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan Ekspedisi Wahana <i>Express</i> dengan kecepatan, akurasi, keakraban, kemudahan akses, dan tingkat kepuasan pelanggan maupun penggunaan teknologi atau aplikasi Ekspedisi	<p>1.Tangible (Berwujud)</p> <p>2.Reliability (Kehandalan)</p> <p>3.Responsivness (Ketanggapan)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.Peralatan modern 2. Tempat Parkir yang aman 3. penampilan karyawan 4. Ruang tunggu yang rapi <ol style="list-style-type: none"> 1) Layanan di awal masuk 2) Pengecekan berat barang yang benar 3) Layanan tujuan pengiriman 4) Status pengiriman pesanan <p>Ibrahim, (2015)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kecepatan dalam menanggapi pertanyaan pelanggan 2 Kesesuaian melayani kebutuhan pelanggan 3. cepat dalam menanggapi

No	Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator
			Wahana <i>Express</i>	<p>4. Assurance (Terjamin)</p> <p>5. Empaty (peduli)</p>	<p>kotak kritik dan saran</p> <p>4. Kemudahan pembayaran</p> <p>1. Jaminan 2. Sopan dan santun 3. Komunikasi yang baik 4. Ramah</p> <p>1. Selalu mengingatkan 2. Memberikan rasa nyaman 3. Melayani sesuai antrian 4. Memberikan solusi</p> <p>Rahma Wahdiniwaty (2017)</p>
3	Harga (X2)	Harga merupakan nilai yang ditukarkan pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan atau yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa (Kotler & Keller, 2012)	Harga kewajaran atas jumlah uang sebagai imbalan pelanggan untuk mendapatkan Jasa Ekspedisi Wahana <i>Express</i>		<p>1. Keterjangkauan Harga</p> <p>2. Kesesuaian harga dengan daya saing</p> <p>3. Kesesuaian harga dengan layanan</p> <p>4. Kesesuaian harga dengan manfaat</p> <p>Indah,(2021)</p>

E. Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diambil langsung dari sumber, seperti melalui wawancara, survei, kuisisioner atau pengukuran langsung. Data ini adalah data yang baru dan belum pernah diproses sebelumnya, dan dianggap paling akurat dan relevan untuk tujuan penelitian. Sumber data yang digunakan bertujuan untuk mengetahui informasi dari pelanggan ekspedisi wahana melalui sebaran kuisisioner dari responden pelanggan atau pengguna jasa layanan ekspedisi wahana.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang sudah ada dan dikumpulkan oleh orang lain. Ini bisa berupa data yang dipublikasikan oleh pemerintah, organisasi swasta, atau badan penelitian lain, atau data yang dipublikasikan dalam buku, jurnal, atau dokumen lain. Data sekunder seringkali lebih mudah diperoleh dan lebih murah dibandingkan data primer, tetapi mungkin tidak seakurat dan serelevant dengan tujuan penelitian tertentu. Data sekunder Untuk mendapatkan Informasi mengenai jasa layanan ekspedisi terbaik di Indonesia, data peringkat daftar harga jasa layanan ekspedisi di Indonesia, data ulasan ulasan pelanggan pengguna melalui aplikasi serta jurnal penelitian terdahulu yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah unit informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan relevan dengan program tertentu

(Tanzeh, 2011). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menyebarkan instrumen penelitian berupa kuesioner kepada responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan responden sebuah pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2017). Cara yang digunakan dalam pembagian kuesioner nantinya yaitu kuesioner *online* melalui *google form*. Kuesioner yang akan disebarluaskan kepada pengikut Instagram Ekspedisi Wahana Express dengan jumlah pengikut pada bulan Juni 2023 sebanyak 27.000, dan dari bulan ke bulan selalu bertambah, sehingga tidak dapat dipastikan jumlahnya.

Berikut merupakan proses pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti:

1. Peneliti melihat dari pengikut Instagram Ekspedisi Wahana Express dan mengirim pesan untuk meminta izin kepada responden agar bersedia menjawab kuesioner yang akan peneliti berikan melalui link.
2. Setelah responden berkenan menjawab kuesioner, peneliti membagikan link kuesioner <https://bit.ly/syaifullahfattahperdana> agar dijawab oleh responden.
3. Teknik penyebaran kuesioner dilakukan secara acak kepada pengikut Instagram Wahana Express dengan menunggu jawaban responden apakah mereka berkenan untuk menjawab kuesioner.
4. Minggu pertama peneliti mendapatkan 30 responden yang sesuai dengan karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini.

5. Minggu kedua peneliti mendapatkan 60 responden yang sesuai dengan karakteristik.
6. Minggu ketiga peneliti mendapatkan 40 responden yang sesuai dengan karakteristik.
7. Minggu keempat peneliti mendapatkan 40 responden yang sesuai dengan karakteristik.
8. Setelah jawaban responden terkumpul sebanyak 170 responden, peneliti merekap dan menganalisis hasil dari kuesioner.

G. Teknik Pengukuran Data

Pada penelitian ini peneliti memilih untuk menggunakan *skala likert*. Skala likert adalah skala dengan memanfaatkan pendekatan analisis item, di mana item tertentu dievaluasi atas dasar seberapa baik membedakan antara orang-orang yang skor total tinggi dan mereka yang skornya rendah (Kothari, 2004). Menurut Sugiyono (2017) *skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial. Setiap pertanyaan ataupun pernyataan yang diukur dengan skala likert memiliki lima tingkatan preferensi jawaban (Sugiyono, 2015). Dimana masing masing jawaban memiliki skor atau bobot yang telah ditentukan, seperti rincian pada tabel berikut:

Tabel 3.2: Skala Likert Lima Poin

No	Pilihan Jawaban Responden	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017)

H. Uji Instrumen

Instrumen penelitian merupakan alat untuk mengukur kejadian fenomena sosial atau alam (variabel penelitian) yang diamati (Sugiyono, 2010). Kualitas instrument dalam penelitian kuantitatif berkaitan dengan validitas dan reliabilitas instrument, serta kualitas pengumpulan data kaitannya dengan ketepatan cara yang digunakan dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian kuantitatif, instrumen dapat berbentuk tes, wawancara, pedoman observasi, dan angket atau kuesioner (Sugiyono, 2016). Untuk menentukan apakah kuesioner layak digunakan sebagai sumber data, penulis menggunakan instrumen untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat validitas instrumen dalam proses pengumpulan data. Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Di dalam menentukan layak dan tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan tidak valid.

Kuesioner dianggap valid jika menampilkan pertanyaan yang menjelaskan subjek yang diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Menggunakan rumus *Product Moment* yang dikemukakan oleh Karl Perason, sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{XY} = Korelasi antara variabel (X) dan (Y)

n = Jumlah responden

X = Skor total pernyataan instrumen

Y = Skor total pernyataan instrumen

$\sum X$ = Jumlah skor X

$\sum Y$ = Jumlah skor Y

Kriteria kelayakan dalam perhitungan ini yaitu:

$r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pernyataan dapat dinyatakan valid.

$r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pernyataan dapat dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah kemampuan alat ukur untuk tetap konsisten meskipun ada perubahan waktu (Syahrudin dan Salim, 2012). Secara implisit, reliabilitas mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak terpengaruh oleh siapa pengukurnya (Sanusi, 2014). Sebuah instrumen penelitian dikatakan reliabel ketika memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,6. Pengujian reliabilitas dapat menggunakan rumus Alpha Cronbach, yaitu sebagai berikut:

$$\tau_{ii} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

τ_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_t^2 = Varian total

Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika hasil uji statistik sebagai berikut : Jika nilai alpha > 0,6 maka item pertanyaan dapat dikatakan reliable. Jika alpha < 0,6 maka item pertanyaan dapat dikatakan tidak reliable.

I. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah menggunakan model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2016). Pengujian ini menggunakan program *SPSS 25 for Windows*. Untuk menguji variabel berdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov dengan memperhatikan hasil nilai signifikan (*Monte Carlo Sig.*) pada proses pengujian. Variabel berdistribusi normal apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$).

2. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2016). Uji ini dapat dengan melihat hasil dari nilai Tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Apabila nilai Tolerance > 0,1 dan nilai VIF kurang dari sama dengan 10 (VIF < 10) maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

J. Teknik Analisis Data

1. Analisis Rentang Skala

Rentang skala digunakan untuk mengolah data mentah berupa angka yang kemudian diartikan dalam pengertian kualitatif (Sugiyono, 2017). Rentang skala ini digunakan untuk mengukur dan menilai bagaimana kualitas layanan, harga, dan kepuasan pelanggan Ekspedisi Wahana *Express*, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{n(m - 1)}{m}$$

Berdasarkan rumus tersebut, maka dapat diperoleh rentang skala dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{140(5 - 1)}{5}$$

$$\text{Rentang Skala} = 112$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah peneliti lakukan, diperoleh nilai dari perhitungan rentang skala yakni sebesar 112, dengan demikina

skala dalam penelitian kualitas layanan, harga, dan kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3: Rentang Skala Penelitian

Rentang Skala	Kualitas Layanan	Harga	Kepuasan Pelanggan
140 – 252	Sangat Rendah	Sangat Tidak Terjangkau	Sangat Tidak Puas
253 – 365	Rendah	Tidak Terjangkau	Tidak Puas
366 – 478	Cukup Tinggi	Cukup Terjangkau	Cukup Puas
479 – 591	Tinggi	Terjangkau	Puas
592 – 704	Sangat Tinggi	Sangat Terjangkau	Sangat Puas

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah sebuah analisis hasil dari pengembangan analisis regresi linier sederhana. Analisis ini adalah sebuah alat ukur yang digunakan untuk meramalkan pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat. Pada penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Layanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Pada penelitian ini analisis regresi linier berganda menggunakan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).²⁵ for Windows.

Rumus regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Keterangan:

Y = Variabel Kepuasan Pelanggan

a = Parameter Konstanta

b = Parameter Koefisien Regresi

x_1 = Variabel Kualitas Layanan

x_2 = Variabel Harga

K. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dilakukan untuk mengambil sebuah keputusan atau kesimpulan yang didasarkan dengan data yang telah dilakukan langkah analisis. Uji ini dapat dilakukan pada jenis penelitian terkontrol maupun yang tidak terkontrol (observasi).

1. Uji Parsial (t)

Dijelaskan oleh Kuncoro (2004) uji statistik parsial atau uji t ini dapat melihat seberapa jauh pengaruh variabel secara individu terhadap variabel terkait. Uji ini menggunakan *SPSS 25 for Windows* dan digunakan untuk menguji hipotesis dengan didasrakan nilai *sig.*, sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Sig.* $\geq 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai *Sig.* $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

Adapun Rumus untuk menentukan Nilai t_{table} & t_{hitung} sebagai berikut:

- a. Menentukan Nilai t_{table}

$$t_{table} = \alpha / 2; n - (k+1)$$

$$t_{table} = 0,05 / 2; 140 - (2+1)$$

$$t_{table} = 0,025; 137$$

$$t_{table} = 1,977$$

b. Menentukan Nilai t_{hitung}

$$t = \beta_n / s\beta_n$$

Keterangan:

t = Tingkat signifikan t_{hitung}

n = Banyaknya sampel

β_n = Koefisien regresi setiap

variabel $s\beta_n$ = Standar eror setiap variabel

2. Uji Dominan

Menurut Ghozali (2018) uji dominan digunakan untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan berpengaruh terhadap variabel terikat. Uji variabel dominan ditentukan dengan melihat nilai koefisien beta yang terbesar.

