

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan pada pelanggan di toko online Pulvar.id yang melakukan pembelian melalui Marketplace Shopee

### **B. Jenis penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian yaitu metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian berdasarkan filsafat positivisme yang digunakan untuk populasi atau sampel tertentu. Filsafat positivisme menganggap bahwa gejala atau fenomena yang terjadi dapat dikelompokkan, nyata, dan terukur dan adanya hubungan gejala sebab akibat. Menurut Sugiyono (2017) *Explanatory research* merupakan penelitian yang menjelaskan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Jenis penelitian ini untuk menguji hipotesis guna memperkuat atau bahkan menolak hipotesis pada hasil penelitian yang sudah ada. Penelitian ini akan meneliti hubungan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan Toko Online Pulvar.id

### **C. Populasi dan Teknik pengambilan sampel**

#### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2018) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang telah melakukan pembelian di Shopee pada toko online Puvar.id

## 2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2017) Sampel adalah sebagian dari jumlah populasi yang karakteristiknya sesuai dan dapat mewakili populasi tersebut.

Menurut Sugiyono (2017) menyampaikan bahwa jumlah minimum sampel adalah 5-10 kali jumlah indikator yang diteliti. Rumus untuk pengampilan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \text{Jumlah indikator} \times (5 - 10)$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

n = 28 x 5

n = 140

Sampel yang di gunakan yaitu dianggap bisa memberikan informasi yang di butuhkan oleh peleniti. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini memiliki karakteristik responden yaitu :

- a) Pelanggan Toko Online Pulvar.id yang berusia 17 – 40 tahun.
- b) Melakukan pembelian melalui Shopee di Toko Online Pulvar.id minimal 3 kali.

## 3. Teknik pengambilan sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability* sampling yang dimana ini merupakan teknik yang digunakan

untuk mendapatkan peluang / kesempatan yang sama pada setiap unsur atau populasi yang dipilih menjadi sampel (Siyoto & Sodik, 2015). Teknik yang digunakan adalah *probability* sampling dengan metode simply random sampling

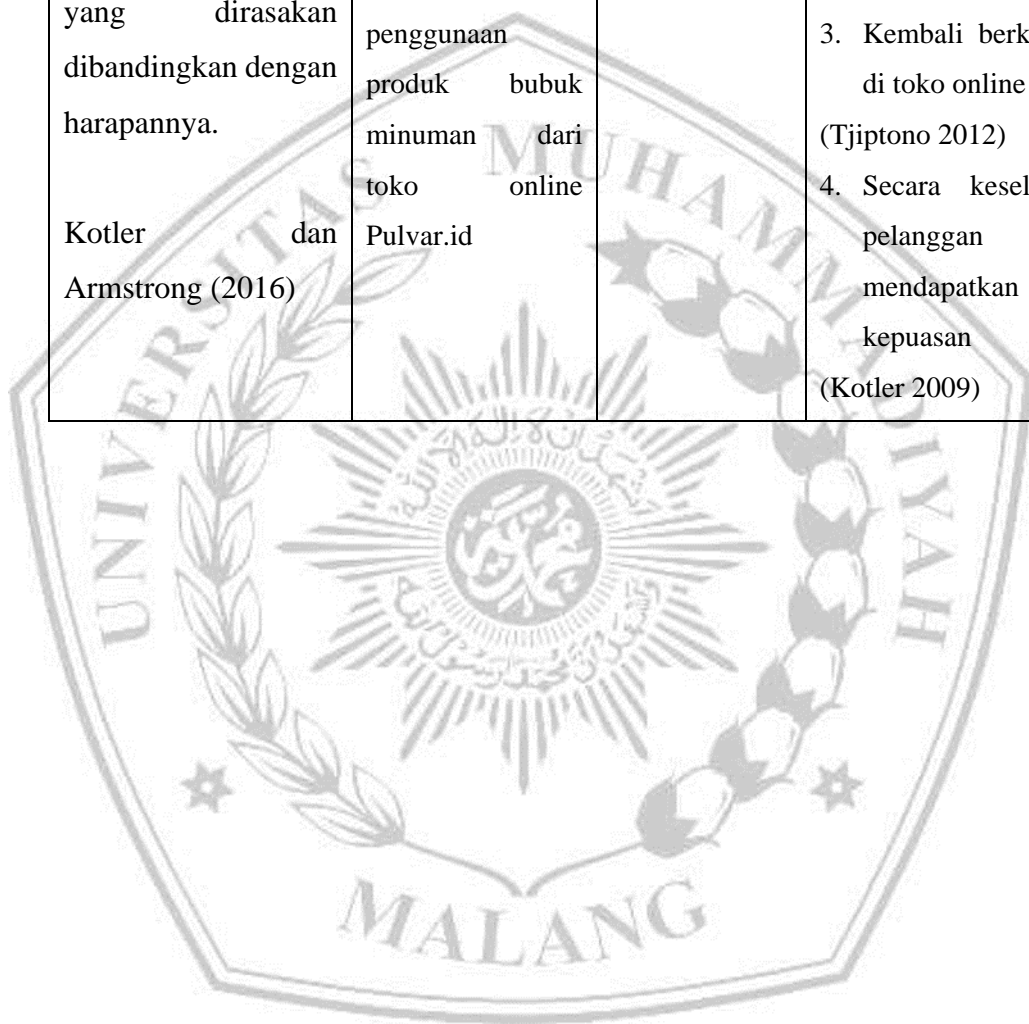
#### D. Definisi operasional dan pengukuran variable

Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan (X) sebagai variabel independent (bebas), Kepuasan Pelanggan (Z) sebagai variabel mediasi, dan Loyalitas Pelanggan (Y) sebagai variabel dependen (terikat). Variabel-variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Definisi konsep	Definisi variabel operasioanal	Dimensi	Indicator
Loyalitas pelanggan (Y) merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih Kotler dan Keller (2018)	Loyalitas (Y) Berkomitmen untuk membeli produk bubuk minuman pada toko online Pulvar.id		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan pembelian ulang</li> <li>2. Tidak terpengaruh terhadap produk pesaing (Lupiyoadi (2013))</li> <li>3. Merekomendasikan produk kepada orang lain</li> <li>4. Tetap memilih produk atau jasa tersebut (Tjiptono (2012))</li> </ol>

<p>Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.</p> <p>Kotler dan Armstrong (2016)</p>	<p>Kepuasan pelanggan (Z)</p> <p>Perasaan yang yang dirasakan setelah membandingkan penggunaan produk bubuk minuman dari toko online</p> <p>Pulvar.id</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harapan oleh pelanggan terpenuhi ketika menggunakan produk</li> <li>2. Kesedian memberikan Review bintang 5</li> <li>3. Kembali berkunjung di toko online (Tjiptono 2012)</li> <li>4. Secara keseluruhan pelanggan mendapatkan kepuasan (Kotler 2009)</li> </ol>
--	---	--



<p>Kualitas layanan (X) merupakan suatu sikap baik yang diberikan oleh pelaku usaha terhadap pelanggannya saat melakukan pembelian produk atau jasa. Tjiptono (2014)</p>	<p>(Kualitas layanan X) Serangkaian kegiatan layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam melakukan pembelian bubuk minuman di toko online Pulvar.id</p>	Bukti fisik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kategori Produk tertata rapi</li> <li>2. Bentuk pengemasan aman</li> <li>3. Bukti Unboxing</li> <li>4. Produk bersegel dengan baik</li> </ol> <p>(Tjiptono 2014)</p>
		Reabiliti	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proses pengiriman tepat waktu</li> <li>2. Masa berlaku produk terjamin</li> <li>3. Memberikan informasi yang tepat</li> <li>4. Kemudahan proses pengembalian dana atau barang</li> </ol> <p>(Kotler 2012)</p>
		Responsibiliti	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelayanan CS selama 24 jam</li> <li>2. Sigap menangani keluhan</li> <li>3. Membantu permintaan dan keinginan pelanggan</li> <li>4. Menanggapi saran yang di berikan</li> </ol> <p>(Kotler 2012)</p>

		Jaminan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sopan satu terhadap pelanggan</li> <li>2. Kemudahan mendapatkan informasi produk</li> <li>3. Memberikan voucher diskon dan promo</li> <li>4. Garansi produk sesuai pesanan</li> </ol> <p>(Kotler 2016)</p>
		Empati	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberi kemudahan dalam bertransaksi</li> <li>2. Mengarahkan pelanggan untuk menggunakan promo dan gratis ongkir)</li> <li>3. Mengingatkan pelanggan dalam pesanan diterima</li> <li>4. Memberikan masukan kepada pelanggan</li> </ol> <p>(Kotler 2016)</p>

### E. Jenis dan Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer.

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari narasumber, responden (Sugiyono, 2019). Data primer yang diperoleh pada penelitian ini yaitu melalui penyebaran kuisisioner kepada responden.

## **F. Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data secara lengkap pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui kuisisioner. Menurut Sugiyono (2019) Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner yang digunakan yaitu dengan menggunakan angket/ kuisisioner secara *online*.

Proses pencarian dan penyebaran data kuisisioner diawali dengan mencari informasi di sosial media melalui *Whatsapp Business* yang dapat menjangkau pelanggan di Shopee pada toko online Pulvar.id, berikut adalah urutan tata cara:

1. *Whatsapp Business*, dengan menyebarkan melalui *Whatsapp Business*, prosesnya dimulai dengan menghubungi pelanggan dengan melampirkan link google form untuk mengisi kuisisioner tersebut

## **G. Teknik pengukuran data**

Pada pengukuran data peneliti menggunakan “skala likert” pada setiap butir pertanyaan di berikan skor 1-5. Skala likert menurut Sugiyono (2019) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini setiap jawaban atas variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dengan menggunakan skala likert pada tabel 3.2

Tabel 3. 2 Skala Linkert

Alternative	Bobobt
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, 2017

## H. Uji Instrumen.

Pengujian instrumen digunakan untuk memperoleh data yang akurat dan konsisten yang tinggi, instrument yang digunakan harus reliabel dan valid. Pengujian instrument dalam penelitian ini sebagai berikut :

### 1. Uji validitas

Uji validitas adalah salah satu uji yang dilakukan untuk mengukur ketepatan antara data yang ada pada objek penelitian dengan data yang didapat dari laporan peneliti Sugiyono (2013). Sebuah kuesioner dapat dikatakan valid apabila kuesioner tersebut dapat mengukur sesuatu yang akan diujikan. Berikut merupakan rumus perhitungan uji validitas:

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

Keterangan :

r : koefisien korelasi

$\Sigma X$  : jumlah skor butir

$\Sigma Y$  : jumlah skor total N : jumlah sampel

Kesimpulan :

- a. Jika nilai *rhitung* > *rtabel*, maka pernyataan dalam kuesioner signifikan terhadap skor total maka pernyataan tersebut valid.



- b. Jika nilai  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ , maka pernyataan dalam kuesioner tidak signifikan terhadap skor total maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid

## 2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu uji yang digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi dan stabilitas data atau suatu temuan (Sugiyono, 2013). Uji ini juga digunakan sebagai alat untuk mengukur kestabilan dan konsistensi dari responden ketika menjawab daftar pertanyaan yang diberikan peneliti dalam bentuk kuesioner. Berikut merupakan salah satu rumus yang dapat dilakukan untuk menguji reliabilitas adalah Alpha Cronbach sebagai berikut :

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

Keterangan :

$r_{ii}$  : Reliabilitas instrument

$k$  : Banyaknya butir pertanyaan

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

$\sigma_t^2$  : Varian total

Kesimpulan :

- Apabila nilai Alpha Cronbach  $> 0,6$  maka dapat dikatakan reliabel
- Apabila nilai Alpha Cronbach  $\leq 0,6$  maka dapat dikatakan tidak reliabel

## I. Teknik Analisis Data

### 1. Rentang Skala

Rentang skala adalah alat yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti. Untuk memastikan rentang skala tersebut perlu dicari terlebih dahulu antara skala terendah dengan skala tertinggi untuk 140 responden dengan adanya 5 alternatif jawaban yang dapat dipilih, sehingga :

- a. Skor terendah : bobot terendah x jumlah sampel = 1 x 140 = 140
- b. Skor tertinggi : bobot tertinggi x jumlah sampel = 5 x 140 = 700

Berikut merupakan rumus perhitungan skala likert sebagai berikut :

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif pilihan

maka rentang skala pada penelitian ini yaitu

$$RS = \frac{140(5-1)}{5} = 112$$

Rentang skala dalam penelitian ini yaitu 112, dengan demikian skala penelitian setiap kriteria yaitu sebagai berikut :

Tabel 3. 3 Rentang Skala Variabel Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

Interval	Kualitas Layanan	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan
140-252	Sangat Kurang Baik	Sangat Tidak Puas	Sangat tidak loyal
253-365	Kurang baik	Tidak puas	Tidak loyal
366-478	Cukup	Cukup puas	Cukup loyal

479-591	Baik	Puas	loyal
592-704	Sangat Baik	Sangat puas	Sangat loyal

Nilai total dalam deskripsi jawaban responden dapat dilakukan dengan menjumlahkan nilai indeks per indikator. Total nilai dari setiap indikator didapat dari perkalian antara skor penilaian responden dikalikan dengan jumlah responden yang memilih setiap item pernyataan. Rentang skor yang digunakan yaitu 1 sampai 5, skor 1 “Sangat Tidak Setuju” sampai skor 5 “Sangat Setuju”.

### 1. Uji Asumsi Klasik

Terdapat empat jenis uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas, namun dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan tiga pengujian yaitu uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Uji autokorelasi tidak digunakan karena dalam penelitian ini bukan data time-series, namun menggunakan data primer yang diperoleh secara serempak

#### a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal (Ghozali, 2018). Model regresi dalam kategori baik yaitu ketika berdistribusi normal, dimana pengujian ini dilakukan dengan uji statistik *nonparametric Kolmogorof – Smirnov* (K-S) dengan menggunakan aplikasi SPSS. Uji statistik *nonparametric Kolmogorof – Smirnov* (K-S) dapat dikatakan berdistribusi normal jika:

- a. Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih dari 0,05 data berdistribusi normal.
- b. Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) kurang dari 0,05 data tidak berdistribusi normal.

**b) Uji Multikolinearitas**

Menurut Gozali (2018) uji multikolinieritas yaitu pengujian yang digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau tidak. Model dalam kategori baik yaitu ketika tidak terjadi korelasi yang tinggi di antara variabel independen tersebut. Untuk mendeteksi apakah ada atau tidaknya multikolinearitas dalam regresi dapat dilakukan dengan memperhatikan besaran dari Tolerance Value dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) dengan dasar sebagai berikut :

- a. Jika  $VIF > 10$  atau  $Tolerance < 0,10$ , maka terdapat multikolinieritas.
- b. Jika  $VIF < 10$  atau  $Tolerance > 0,10$ , maka tidak terdapat multikolinieritas.

**c) Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ada ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018). Uji Glejser pada paket aplikasi SPSS merupakan salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

- a. Jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka dapat terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak dapat terjadi heteroskedastisitas.

## 2. Analisis Jalur

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis jalur (Path Analysis). Dimana analisis jalur adalah bentuk lebih luas dari model analisis regresi yang dimana teknik ini cocok digunakan untuk menguji matriks korelasi yang membandingkan dua atau lebih model kausal (Sugiyono, 2013). Analisis jalur dapat membantu dalam melihat ukuran besarnya koefisien secara langsung maupun secara tidak langsung dari variabel terikat terhadap variabel bebas. Berdasarkan hasil dari nilai koefisien tersebut maka dapat diketahui variabel yang dapat memberikan pengaruh terbesar hingga variabel yang hanya dapat memberikan sedikit pengaruh.

Uji analisis jalur yang digunakan dengan aplikasi SPSS dengan melakukan perhitungan koefisien jalur. Koefisien jalur tersebut merupakan *standardize* dari koefisien regresi. Pada penelitian ini analisis jalur digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada pelanggan Pulvar.id

## J. Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini digunakan sebagai alat untuk menjawab seluruh hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini, yang hasilnya berupa diterima atau ditolaknya hipotesis. Berikut beberapa uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut

### 1) Uji T (Parsial)

Uji t (Uji Parsial) adalah uji yang digunakan untuk menguji seberapa berpengaruhnya antara masing-masing variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen / terikat (Ghozali, 2013). Berikut merupakan rumus dari perhitungan uji t:

$$t_{nit} = \frac{bi}{se}$$

Keterangan :

$bi$  = nilai estimasi parameter  $bi$

$se(bi)$  = standart eror  $bi$

Dengan kriteria dari penerimaan dan penolakan hipotesis sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak, berarti variabel independen tersebut tidak dapat mempengaruhi variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka hipotesis diterima, berarti variabel independen tersebut dapat mempengaruhi variabel dependen.

### 2) Uji Sobel

Untuk pengujian hipotesis mediasi menggunakan uji Sobel. Uji Sobel digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel kepuasan

pelanggan sebagai variabel mediasi. Pengujian ini dilakukan untuk menguji seberapa besar pengaruh tidak langsung variabel X ke variabel Y melalui variabel Z. Apabila nilai Z hitung > nilai Z tabel artinya terdapat pengaruh mediasi. Uji Sobel dapat dihitung dengan mengalikan jalur X-Z dengan jalur Z-Y (Ghozali, 2018), dan umus yang digunakan yaitu:

$$Sab = \sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2 + Sa^2Sb^2}$$

Keterangan :

Sa = Standart error X-Z

Sb = Standart error Z-Y

b = Koefisien regresi Z-Y

a = Koefisien regresi X-Z

$$t = \frac{ab}{Sab}$$

Untuk nilai t koefisien ab yaitu :

Analisis regresi mediasi menggunakan metode *product of coefficient* dapat dilakukan dengan langkah sebagai berikut :

- 1) Membuat persamaan regresi variabel bebas (X) terhadap variabel tergantung (Z), dan mendapatkan nilai koefisien regresi (a) dan standart eror koefisien regresi (sb).
- 2) Membuat persamaan regresi variabel bebas (X) terhadap variabel tergantung (Y) dengan memasukkan variabel mediasi (M) dalam

persamaan, dan mendapatkan nilai koefisien (b) dan standart eror koefisien regresi (Sb)

Sehingga dapat disimpulkan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka terdapat pengaruh mediasi, maka sebagai variabel mediasi dinyatakan dapat memediasi hubungan antara variabel bebas dan variabel tergantung. Apabila pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung maka variabel mediasi dinyatakan dapat memediasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

