

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Kajian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan cara yang digunakan adalah metode penelitian terstruktur. Kejelasan dalam unsur ini terdapat tujuan, subjek, pendekatan, sumber data, sampel dan rincian sejak awal. Adapun terdapat tujuan pada penelitian ini, yaitu untuk mengungkapkan adanya hubungan antar variabel serta menelusuri generalisasi yang memiliki nilai prediktif (Anshori & Iswati, 2019: 13-14).

Ketika persiapan dalam penelitian ini sudah disusun, segala sesuatu harus direncanakan sampai matang kemudian harus menampilkan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian, sebab hipotesis akan menentukan hasil yang diduga. Kemudian, peneliti dapat menggunakan beberapa teknik pengumpulan data dengan cara dibawah ini: observasi, wawancara terstruktur, dan menyebarkan kuesioner.

#### **3.2. Sifat Penelitian**

Penelitian ini mempunyai sifat penelitian replikasi dan pengembangan, yang artinya penelitian pada bentuk ini memiliki kemiripan dengan penelitian terdahulu, akan tetapi terdapat perbedaan pada objek, variabel, dan periodenya.

### 3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

#### 3.3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian terjadi di salah satu perusahaan ekspedisi kargo yang berlokasi di sungai panas Kota Batam yang merupakan salah satu divisi dari PT Surya Samudera Logistik.

#### 3.3.2. Periode Penelitian

Periode penelitian adalah berapa lama jangka waktu penelitian tersebut dilakukan. Penelitian ini akan dilaksanakan kurang lebih selama 5 bulan dimulai dari bulan September 2021 sampai penyusunan skripsi berakhir.

**Tabel 3.1** Periode Penelitian

Kegiatan	2021-2022				
	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
Pengajuan Judul					
Studi Pustaka					
Metedologi Penelitian					
Pembagian Kuesioner					
Penyerahan Kuesioner					
Kesimpulan					
Pengumpulan Softcover					

**Sumber:** Peneliti, 2021

### 3.4. Populasi dan Sampel

#### 3.4.1. Populasi

Menurut Hermawan (2019: 61-62), Populasi merupakan keseluruhan pada suatu subjek atau objek yang mempunyai beberapa sifat yang ditentukan oleh peneliti dengan tujuan mempelajari dan menarik kesimpulan. Populasi yang diterapkan pada kajian ini adalah seluruh pelanggan dari PT Surya Samudera Logistik sebanyak 423 pelanggan.

#### 3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Menurut (Firdaus, 2021: 14), Sampel ialah anggota atau bagian dari populasi yang memiliki karakter yang sama dan dapat mewakili populasi. Berikut terdapat syarat dalam penentuan sampel:

1. Respondennya adalah pelanggan dari PT Surya Samudera Logistik.
2. Responden minimal sudah pernah mengkonsumsi jasa ekspedisi kargo PT Surya Samudera Logistik sebanyak 2 kali.
3. Responden minimal berusia 17 tahun.

Dikarenakan total dari populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 423 pelanggan, maka akan digunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = \left( \frac{N}{1 + Ne^2} \right) \quad \text{Rumus 3.1 Rumus Slovin}$$

$$n = \left( \frac{423}{1 + 423(0.05)^2} \right)$$

$$n = \frac{423}{1 + 423 \times 0.0025}$$

$$n = \frac{423}{1 + 1.1}$$

$$n = \frac{423}{2.1}$$

$$n = 201.429$$

$$n = 201$$

Berdasarkan perhitungan dengan rumus Slovin, maka total sampel pada kajian ini adalah sebanyak 201 pelanggan dari pengguna ekspedisi kargo PT Surya Samudera Logistik.

### 3.4.3. Teknik Sampling

Kajian ini memakai metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut (Hermawan, 2019: 14), *purposive sampling* artinya melakukan pertimbangan tertentu dalam teknik pengambilan sampel data awal. Contoh dari pertimbangan tertentu ini merupakan, pelanggan yang sudah pernah menggunakan jasa ekspedisi kargo di PT Surya Samudera Logistik paling dikit sebanyak 2 kali. Berdasarkan perhitungan dengan rumus Slovin , maka total sampel pada kajian ini adalah sebanyak 201 pelanggan.

### 3.5. Sumber Data

Menurut Nurlan (2019), sumber data akan menampakkan darimana sumber dari sebuah data, sumber data terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Sumber data primer, darimana suatu data akan didapatkan secara langsung dari objek penelitian. Sumber data primer pada kajian ini adalah menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data.

2. Sumber data sekunder, darimana suatu data akan didapatkan secara tidak langsung dan data tersebut berbentuk dokumen seperti buku dan jurnal.

### 3.6. Metode Pengumpulan Data

Juanda (dalam Firdaus & Zamzam, 2018: 104) menyebutkan terdapat sejumlah teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Wawancara.
2. Kuesioner.
3. Observasi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada kajian ini dengan memakai teknik penyebaran kuesioner. Menurut Nugroho (2018: 19), Kuesioner yang baik sangat penting agar menghasilkan data yang berkualitas. Apapun materinya tidak menjadi masalah, ketertarikan responden bisa bertahan lebih lama jika pengalaman selama wawancara juga menarik. Peneliti akan menyebarkan kuesioner dengan beberapa list pernyataan yang wajib diisi. Berikut tabel skala *likert* dalam mengalkulasikan jawaban responden:

**Tabel 3.2** Skala Likert

<b>Skala Likert</b>	<b>Kode</b>	<b>Nilai</b>
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	ST	4
Ragu –Ragu	RG	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

**Sumber:** (Mutiawati, 2019)

### 3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Kerlinger (dalam Indra & Cahyaningrum, 2019: 2), menyatakan variabel merupakan sifat yang bakal dipahami. Misalnya, jenis kelamin, pendidikan, status sosial, tingkat aspirasi, dan sebagainya. Kerlinger juga mengungkapkan variabel merupakan sifat dalam suatu nilai yang berbeda-beda. Oleh karena itu, variabel dapat dikatakan sesuatu yang bervariasi.

Pengertian diatas bisa dirumuskan menjadi suatu variabel penelitian merupakan nilai dari objek, orang maupun kegiatan yang mempunyai sifat yang bervariasi tertentu dan ditentukan peneliti dalam mempelajari dan menarik kesimpulannya.

#### 1. Variabel independen

Variabel yang dapat memengaruhi terjadinya suatu perubahan dan menimbulkan adanya variabel terikat (dependen). Pengaruhnya dapat bersifat negatif maupun positif. Kajian ini terdapat beberapa variabel, antara lain: kualitas pelayanan (X1) dan citra merek (X2).

#### 2. Variabel dependen

Variabel yang dapat dipengaruhi. Ini disebabkan terdapat variabel bebas. Kajian ini terdapat variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan (Y).

**Tabel 3.3** Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item
Kualitas Pelayanan (XI)	1. Bukti fisik 2. Keandalan 3. Daya Tanggap 4. Jaminan 5. Empati	1. Keahlian perusahaan untuk memperlihatkan keberadaannya pada pihak luar. 2. Keahlian perusahaan dalam menyampaikan pelayanan

		<p>yang searah terhadap perjanjian dan pelayanan yang memuaskan konsumen.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Kecenderungan semua karyawan dalam hal membantu setiap pelanggan dengan tanggap dan memberikan pelayanan yang responsif.</li> <li>4. Sopan santun serta kemahiran semua karyawan perusahaan dalam hal membangun suatu kepercayaan pelanggan kepada perusahaan.</li> <li>5. Pemberian kepedulian dari hati yang paling murni dan berwatak kepribadian untuk semua konsumen, yang bertujuan dalam mengenal harapan seorang konsumen.</li> </ol>
Citra Merek (X2)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kekuatan</li> <li>2. Keunikan</li> <li>3. Keunggulan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat kelebihan suatu merek pada produk.</li> <li>2. Terdapat ciri khas yang berbeda antar perusahaan.</li> <li>3. Memiliki kemampuan yang mempermudah pelanggan dalam mengingat dan mengucapkan merek produk serta produk tersebut menjadi yang paling favorit.</li> </ol>
Loyalitas Pelanggan (X3)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Repeat Purchase</i></li> <li>2. <i>Retention</i></li> <li>3. <i>Referalls</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesiediaan pelanggan dalam mengkonsumsi ulang produk pelayanan jasa pengiriman kargo yang ditawarkan PT Surya Samudera Logistik.</li> <li>2. Ketahanan pelanggan terhadap pengaruh ataupun berita yang berisi negatif mengenai PT Surya Samudera Logistik.</li> <li>3. Kesiediaan pelanggan untuk</li> </ol>

		<p>menginformasikan ataupun merekomendasikan jasa pengiriman kargo PT Surya Samudera Logistik kepada orang lain.</p>
--	--	--

**Sumber:** Peneliti, 2021

### **3.8. Metode Analisis Data**

#### **3.8.1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif ialah statistik yang dibuat dalam menganalisa data dengan metode menggambarkan data yang sudah dikumpulkan sebagaimana adanya dan tidak bermaksud untuk membuat gagasan yang ada untuk umum (Purnomo, 2017: 37). Dengan melihat apakah adanya terdapat pengaruh antar variabel independen dengan dependen dapat diuji melalui program SPSS 25.

#### **3.8.2. Uji Kualitas Data**

##### **3.8.2.1. Uji Validitas**

Uji Validitas mempunyai arti mengenai alat ukur kecermatan dan ketepatan yang dapat diterima dalam suatu kajian. Validitas menampakkan seberapa jauh suatu alat pengukuran dapat mengukur masalah. Jika variabel tidak bisa di ukur dalam suatu kajian, maka akan menunjukkan tidak gampang pada masalah validitas, didalamnya juga akan meliputi proses pada konsep dari mutu teoritis sampai mutu empiris.

Jika setiap pertanyaan dari kuesioner dikatakan valid, maka terbukti adanya keterkaitan yang tinggi pada setiap pertanyaan. Tindakan keterkaitan yang



terdapat di setiap pertanyaan dapat dideskripsikan pada korelasi jawaban antar pertanyaan. Pertanyaan yang dikatakan tidak valid menunjukkan adanya pertanyaan yang memiliki korelasi yang rendah. (Ovan & Saputra, 2020).

### 3.8.2.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mempunyai arti mengenai alat ukur tersebut dapat diandalkan. Ini menampakkan kejauhan pengukuran *relative* konsisten jika diukur ulang lebih dari satu kali. Menurut arifin (dalam Ovan & Saputra, 2020: 4), Tes akan dinyatakan reliabel jika skor dari amatan memiliki korelasi yang tinggi dengan skor sebenarnya.

Menurut wahyudin (dalam Ovan & Saputra, 2020: 4), alat pengukuran dapat dinyatakan reliabel, jika alat tersebut dapat digunakan dengan berulang-ulang dan dapat menampakkan hasil yang sama dalam pengukuran. Reliabilitas menampakkan kestabilan pertanyaan yang terdapat dikuesioner pada jawaban responden dalam jumlah pengujian lebih dari satu terhadap kondisi yang tidak sama dan menggunakan pertanyaan kuesioner yang sama. Dalam mengetahui bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan hanya pada pertanyaan yang telah memiliki dan memenuhi uji validitas.

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai tingkat signifikan yang digunakan dengan nilai *Cronbach's alpha*. Jika suatu variabel memiliki nilai  $\geq 0,60$ , maka indikator pada variabel tersebut dapat dikategorikan reliabel dan jika nilai *Cronbach's alpha*  $< 0,60$ , maka indikator pada variabel tersebut dapat dikategorikan tidak reliabel (F. Firmansyah & Haryanto, 2017: 77).

### **3.8.3. Uji Asumsi Klasik**

#### **3.8.3.1. Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (dalam Prasetya et al., 2017), uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model dalam regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, Uji normalitas dilakukan dengan uji statistik kolmogorof dengan bantuan program statistik komputer SPSS, keterangannya:

1. Jika Sig yang dihasilkan  $> 0,05$  maka dapat dinyatakan instrumentnya tersebar normal.
2. Jika Sig yang dihasilkan  $< 0,05$  maka dapat dinyatakan instrumentnya tidak tersebar normal.

#### **3.8.3.2. Uji Multikolinearitas**

Tujuan dilakukan uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah terdapat kemiripan variabel independen dengan antar variabel independen pada suatu model (Sujarweni & Utami, 2019: 164–165). Dikarenakan kemiripan antar variabel independen ini akan membawakan dampak korelasi yang kuat. Ukuran yang digunakan pada uji ini yakni:

1. Jika VIF yang dihasilkan  $< 10$  maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika VIF yang dihasilkan  $> 10$  maka dapat dinyatakan terjadi multikolinearitas.

### 3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (dalam Prasetya et al., 2017), uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain.

### 3.8.4. Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) yaitu kualitas pelayanan (X1) dan citra merek (X2) terhadap variabel terikat (Y) yaitu loyalitas pelanggan. Maka dapat dihitung melalui rumus regresi linear berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

**Rumus 3.2** Regresi Linear Berganda

**Sumber:** (Maulfi, 2018, p. 45)

#### 3.8.4.2. Analisis Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan proporsi variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat, nilai koefisien determinasi ada diantara 0 dan 1 (Sitoayu et al., 2020: 170). Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti harga variabel bebasnya dalam menjelaskan variabel terikatnya sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikatnya.

### **3.9. Uji Hipotesis**

#### **3.9.1. Uji T (Uji Parsial)**

Menurut Ghoza Li (dalam Maulfi, 2018: 44), untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial (individual) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variabel dependen. Kriterianya dapat disimpulkan yakni:

1.  $H_0 = b_1, b_2 = 0$ , yang artinya loyalitas pelanggan secara parsial tidak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan citra merek.
2.  $H_1 = b_1, b_2 \neq 0$ , yang artinya loyalitas pelanggan secara parsial dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan citra merek.
3. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  tidak diterima dan  $H_1$  diterima, yang artinya loyalitas pelanggan secara parsial dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan citra merek.
4. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  tidak diterima, yang artinya loyalitas pelanggan secara parsial tidak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan citra merek.
5. Jika angka sig.  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima.
6. Jika angka sig.  $< 0,05$ , maka  $H_0$  tidak diterima.

#### **3.9.2. Uji F (Uji Simultan)**

Menurut Ghoza Li (dalam Maulfi, 2018: 45), Uji statistic F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan

kedalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Kriterianya dapat disimpulkan yakni:

1.  $H_0 = b_1, b_2 = 0$ , yang artinya loyalitas pelanggan secara simultan tidak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan citra merek.
2.  $H_1 = b_1, b_2 \neq 0$ , yang artinya loyalitas pelanggan secara simultan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan citra merek.
3. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  tidak diterima dan  $H_1$  diterima, yang artinya loyalitas pelanggan secara simultan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan citra merek.
4. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  tidak diterima, yang artinya loyalitas pelanggan secara simultan tidak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan citra merek.
5. Jika angka sig.  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima.
6. Jika angka sig.  $< 0,05$ , maka  $H_0$  tidak diterima.