

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Setiap penelitian harus direncanakan untuk itu diperlukan suatu desain penelitian. Desain penelitian merupakan rencana tentang cara melaksanakan penelitian. Desain penelitian ini adalah *one group pretest-posttest design*, desain ini menunjukkan bahwa dua kelompok subjek dikenai pengukuran dua kali yaitu *pretest* dan *posttest* (Sanusi, 2017: 17). Dengan adanya desain penelitian akan memberikan pegangan yang jelas kepada peneliti dalam melakukan penelitiannya (Rosdianto, Murdani, & Hendra, 2017: 56).

Pada penelitian ini dilakukan dalam kausalitas yaitu tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih yang meliputi variabel independen dan variabel dependen, dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh daya saing dan *export performance* terhadap keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa ekspedisi pada PT Vennindo Mitra Sejati di Kota Batam.

3.2 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah jumlah skor yang diperoleh dari hasil penelitian yang merupakan jawaban dari responden atas pertanyaan terhadap ketiga variabel (daya saing, *export performance* dan keputusan pelanggan). (Primadiana & Winarti, 2016: 62).

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Keputusan Pelanggan (Y)	Dikatakan oleh (Smith & Rupp, 2003: 421) bahwa keputusan pelanggan juga cenderung membeli impulsif dan dipengaruhi tidak hanya oleh keluarga dan teman, oleh pengiklanan dan peran model, tetapi juga oleh suasana hati, situasi, dan emosi.	1. <i>Emotional Value</i> (Nilai emosional) 2. <i>Social Value</i> (Nilai sosial) 3. <i>Quality Value</i> (Nilai kualitas) 4. <i>Functional Value</i> (Nilai fungsional)	Interval
Daya saing (X₁)	Daya saing diidentifikasi sebagai konsep multi dimensi dan relatif. Mereka memandang daya saing sebagai kombinasi aset dan proses untuk mencapai keuntungan ekonomi dalam hal volume penjualan (Subramanian et al., 2014: 5).	1. <i>Cost</i> (Biaya) 2. <i>Quality</i> (Kualitas) 3. <i>Time</i> (Waktu) 4. <i>Flexibility</i> (Fleksibilitas)	Interval
Export performance (X₂)	Hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu telah disepakati bersama (Kurniasari, 2018: 34).	1. <i>The performers</i> 2. <i>The place</i>	Interval

Sumber: (Kurniasari, 2018: 34; Smith & Rupp, 2003: 50; Subramanian et al., 2014: 5).

Pada tabel 3.1 dijelaskan bahwa tipe skala variabel menggunakan skala interval. Skala interval merupakan skala pengukuran yang menyatakan peringkat dan jarak konstruk dari yang diukur. Dengan menggunakan skala interval, maka dapat memudahkan peneliti untuk mengetahui preferensi pelanggan terhadap penelitian yang diteliti (Sanusi, 2017: 56).

Pada penelitian ini, terdiri dari variabel tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Dua variabel bebas tersebut masing-masing adalah daya saing sebagai variabel bebas pertama (X1), dan *export performance* sebagai variabel bebas kedua (X2) sedangkan variabel terikat adalah keputusan pelanggan (Y). Untuk mempermudah dalam melakukan pengukuran variabel-variabel tersebut maka dilakukan pendefinisian sebagai berikut :

Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pelanggan (Y) (Sanusi, 2017: 50). Keputusan pelanggan menurut (Smith & Rupp, 2003: 421) keputusan pelanggan juga cenderung membeli impulsif dan dipengaruhi tidak hanya oleh keluarga dan teman, oleh pengiklanan dan peran model, tetapi juga oleh suasana hati, situasi, dan emosi.

Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain atau variabel dependen (Sanusi, 2017: 50). Variabel independen atau variabel bebas dalam penelitian ini ada dua yaitu sebagai berikut :

1. Daya saing (X1)

Menurut Ambastha dan Momaya (2004), mengidentifikasi daya saing sebagai konsep multi dimensi dan relatif. Mereka memandang daya saing sebagai kombinasi aset dan proses untuk mencapai keuntungan ekonomi dalam hal volume penjualan (Subramanian et al., 2014: 5).

Indikator Daya Saing :

1. *Cost* (Biaya)

Biaya adalah dimensi daya saing operasi yang meliputi empat indikator yaitu biaya produksi, produktifitas tenaga kerja, penggunaan kapasitas produksi dan persediaan. Unsur daya saing yang terdiri dari biaya merupakan modal yang mutlak dimiliki oleh suatu perusahaan yang mencakup pembiayaan produksinya, produktifitas tenaga kerjanya, pemanfaatan kapasitas produksi perusahaan dan adanya cadangan produksi (persediaan) yang sewaktu-waktu dapat dipergunakan oleh perusahaan untuk menunjang kelancaran perusahaan tersebut.

2. *Quality* (Kualitas)

Kualitas seperti yang dimaksudkan oleh Muhandi adalah merupakan dimensi daya saing yang juga sangat penting, yaitu meliputi berbagai indikator diantaranya tampilan produk, jangka waktu penerimaan produk, daya tahan produk, kecepatan penyelesaian keluhan konsumen, dan kesesuaian produk terhadap spesifikasi desain. Tampilan produk dapat tercermin dari desain produk atau layanannya, tampilan produk yang baik adalah yang memiliki desain sederhana namun mempunyai nilai yang tinggi. Jangka waktu penerimaan produk dimaksudkan dengan lamanya umur produk dapat diterima oleh pasar, semakin

lama umur produk di pasar menunjukkan kualitas produk tersebut semakin baik. Adapun daya tahan produk dapat diukur dari umur ekonomis penggunaan produk.

3. *Time* (Waktu)

Waktu penyampaian merupakan dimensi daya saing yang meliputi berbagai indikator diantaranya ketepatan waktu produksi, pengurangan waktu tunggu produksi, dan ketepatan waktu penyampaian produk. Ketiga indikator tersebut berkaitan, ketepatan waktu penyampaian produk dapat dipengaruhi oleh ketepatan waktu produksi dan lamanya waktu tunggu produksi.

4. *Flexibility* (Fleksibilitas)

Adapun fleksibilitas merupakan dimensi daya saing operasi yang meliputi berbagai indikator. Indikator diantaranya yaitu berbagai macam produk yang dihasilkan, dan kecepatan menyesuaikan dengan kepentingan lingkungan.

2. *Export Performance* (X2)

Definisi lain dari kinerja organisasi merupakan totalitas hasil kerja yang dicapai suatu organisasi tercapainya tujuan organisasi berarti bahwa, kinerja suatu organisasi itu dapat dilihat dari tingkatan sejauh mana organisasi dapat mencapai tujuan yang didasarkan pada tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya (Wahyudi et al., 2018: 70).

Sasaran kinerja menurut Wibowo (2007) merupakan suatu pernyataan secara spesifik yang menjelaskan hasil yang harus dicapai, serta kapan dan oleh siapa sasaran yang ingin dicapai tersebut diselesaikan. Sifatnya dapat dihitung, prestasi dapat diamati, dan dapat diukur (Sarinah & Purnamasari, 2014: 86).

Sebagai sasaran, suatu kinerja mencakup unsur-unsur diantaranya:

1. *The performers*, yaitu sumber daya manusia yang menjalankan kinerja;
2. *The place*, menunjukkan tempat dimana pekerjaan dilakukan.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang peneliti ingin selidiki dan peneliti ingin membuat kesimpulan (berdasarkan statistik sampel) (Sekaran & Bougie Roger, 2016: 236).

Populasi dalam penelitian ini karena adanya keterbatasan waktu, maka responden yang diambil hanya meliputi pelanggan yang pernah melakukan transaksi pada PT Vennindo Mitra Sejati selama periode tahun 2017 dengan jumlah populasi yang diambil sebanyak 130 pelanggan.

Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi. Sampel terdiri dari beberapa anggota yang dipilih populasi. Dengan kata lain, sebagian, tetapi tidak semua, elemen populasi membentuk sampel. Sampel demikian merupakan subkelompok atau bagian dari populasi. Dengan mempelajari sampel, peneliti harus dapat menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasi untuk populasi yang diinginkan (Sekaran & Bougie Roger, 2016: 237).

Dikarenakan populasi yang sedikit, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengujian *non probability sampling* atau sampel jenuh. Dimana semua sampel adalah banyaknya jumlah pada populasi.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara kuesioner (*google form*).

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pernyataan yang disebarkan bersifat tertutup, maksudnya peneliti membagikan kuesioner melalui *email (google form)* kepada pelanggan-pelanggan PT Vennindo Mitra Sejati untuk mengisi pernyataan-pernyataan yang diajukan dan berkaitan dengan variabel yang diteliti.

3.5 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah data kuantitatif yang akan mencari pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian kuantitatif biasanya menggunakan desain eksplanasi, di mana objek telaahan penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah untuk menguji hubungan antar-variabel yang dihipotesiskan (Mulyadi, 2011: 132). Pada jenis penelitian ini, jelas ada hipotesis yang akan diuji kebenarannya. Hipotesis itu sendiri menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel untuk mengetahui apakah sesuatu variabel berasosiasi ataukah tidak dengan variabel lainnya atau apakah sesuatu variabel disebabkan/dipengaruhi ataukah tidak oleh variabel lainnya. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah

terakhir tidak dilakukan. Analisis data dalam penelitian ini digunakan alat bantu yaitu dengan program SPSS.

Analisis Deskriptif

Menurut (Wibowo, 2012) analisis deskriptif atau statistik deskriptif merupakan statistik yang menjelaskan suatu data yang telah dikumpulkan dan diringkas pada aspek-aspek penting berkaitan dengan data tersebut (Syaiyfullah & Mira, 2018: 88).

Ciri-ciri dari metode deskriptif seperti yang dikemukakan oleh Nasution (2003) yaitu :

1. Memusatkan diri pada pemecahan-pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang atau masalah-masalah yang aktual.
2. Data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisa, oleh karena itu metode ini sering disebut metode analisa.

Uji Kualitas Data

Uji kualitas data terbagi atas 2 uji, yaitu sebagai berikut :

Uji Validitas

Uji validitas atau derajat ketepatan mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Cara mengukur validitasnya dengan melihat angka koefisien korelasi *Pearson Product Moment*, dan *Rank Spearman* serta yang lainnya bergantung pada tipe data dan jenisnya (Wibowo, 2012: 35). Koefisien korelasi yang dimaksud yaitu angka yang menyatakan hubungan antara skor pernyataan dengan *item-total correlation* (skor total).

Untuk menentukan suatu kelayakan atau tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf 0,05. Artinya suatu item dianggap valid jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total item.

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0,05 (menggunakan SPSS). Kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak, jika :

- Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,05) maka item pernyataan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.
- Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,05) maka item-item pernyataan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran konsisten jika diulangi dua kali atau lebih. Metode pada uji *instrument* pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *Cronbach's Alpha*.

Kriteria diterima dan tidaknya suatu data reliabel atau tidak apabila :

- Nilai alpha lebih besar daripada nilai kritis *product moment*, atau nilai r tabel.
- Dapat juga dilihat dengan menggunakan nilai batasan penentu (0,6). Jika nilai yang kurang dari 0,6 dianggap memiliki reliabilitas yang kurang.

- Jika nilai lebih dari 0,6 maka dianggap reliabilitas baik dan dapat diterima.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang diteliti ada empat asumsi, yaitu sebagai berikut :

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam seluruh model regresi variabel bebas, variabel terikat, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data yang normal dan mendekati normal (Utama, 2018: 51).

Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*-nya.

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat dilihat dari VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*-nya. Apabila nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinieritas. Sebaliknya jika kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Dan apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 maka terjadi multikolinieritas, sebaliknya apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas. Keduanya merupakan pengukur adanya multikolinieritas (Sanusi, 2017: 136).

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini menunjukkan bahwa varian variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Jika varian dari residual satu pengamatan yang lain tetap, maka

disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui apakah ada kesamaan atau tidak suatu variabel, maka dilakukan dengan menggunakan uji Glejser yang meregresikan nilai *absolute residual* (AbsRes) terhadap variabel independen (Utama, 2018: 54). Apabila hasil nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikansi > nilai alphanya (0,05) maka model tidak mengalami heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan suatu kejadian tertentu dalam suatu persoalan yang dianalisis menggunakan regresi dimana harus diuji kebenarannya. Uji hipotesis terbagi menjadi dua, yaitu : (Wibowo, 2012: 123).

Uji Hipotesis T

Uji hipotesis T adalah hasil pengujian tingkat signifikansi koefisien yang didapat dari nilai koefisien regresi dibagi dengan kesalahan bakunya. Maka dapat dirumuskan : (Wibowo, 2012: 122)

$$T = \frac{B}{\text{Std.Error}}$$

Rumus 3.1 Uji Hipotesis T

Keterangan :

T = Uji T

B = koefisien regresi

Std. Error = Kesalahan baku

Jika nilai t hitung $>$ t -tabel , atau probabilitas (Sig.t) $<$ α maka koefisien regresi sebuah variabel independen memiliki pengaruh yang terhadap variabel dependen.

Uji Hipotesis F

Uji F dilakukan untuk menguji apakah substruktur model yang digunakan signifikan atau tidak, sehingga dapat dipastikan apakah model tersebut dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen bersama-sama terhadap variabel dependen (Noeraini, 2016: 11).

Adapun prosedur pengujian yang digunakan, sebagai berikut :

- A. Ditentukan taraf nyata 0,05
- B. Kriteria pengujian
 1. Jika nilai signifikan $F \geq 0,05$, menunjukkan variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Maka model dikatakan tidak layak untuk digunakan.
 2. Jika nilai signifikan $F \leq 0,05$, menunjukkan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Maka model dikatakan layak untuk digunakan.

Uji R Square (Koefisien Determinasi)

Uji R *Square* digunakan untuk melihat sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Nilai R^2 dapat dikatakan sebagai persentase nilai keragaman Y, sedangkan sisanya disebut sebagai variabel lain yang tidak diteliti (Wibowo, 2012: 121).

Berikut merupakan rumus dari R^2 :

$$R^2 = \frac{\text{Sum of Squares Reggression}}{\text{Sum of Squares Total}}$$

Rumus 3.2 Rumus R Square

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat di mana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang di perlukan. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di PT Vennindo Mitra Sejati . PT Vennindo Mitra Sejati didirikan pada tahun 2000 yang berlokasi di Bengkong Niaga Mas Blok D no 07. Perusahaan ini bergerak dibidang jasa ekspedisi.

Jadwal Penelitian

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian

KEGIATAN PENELITIAN	PERTEMUAN-													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Penentuan tempat dan judul penelitian														
Input Judul Penelitian														
Permintaan persetujuan perusahaan														
Penulisan Bab I														
Penulisan Bab II														
Penulisan Bab III														
Pembuatan Kuesioner														
Penyebaran Pretest														
Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner														
Pengolahan data dan Penulisan Bab IV														
Penulisan Bab V														
Pelaporan Penelitian														

Sumber : Peneliti, 2019