

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Karena penelitian disajikan dengan angka-angka. Hal ini sesuai dengan pendapat (Arikunto 2010:174) yang mengemukakan penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya. Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan kuesioner

B. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Terdapat beberapa jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini, jenis variabel tersebut, antara lain:

1. Variabel Independen (X_1)

Variabel Independen atau bebas merupakan variabel yang berdiri sendiri atau tidak dapat dipengaruhi variabel lain tetapi dapat mempengaruhi. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

- a. Citra Merek (X_1)
 - b. Kualitas Layanan (X_2)
2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang tidak berdiri sendiri atau dapat dipengaruhi variabel lain tetapi tidak dapat mempengaruhi. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan (Y)

C. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur, sehingga peneliti mengukur variabel tersebut.

Tabel 3.1

Definisi Konseptual dan Operational Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	
		Indikator/ Dimensi	Pernyataan
Citra Merek	Citra merek merupakan seperangkat asosiasi unik yang ingin diciptakan atau dipelihara	1. Kekuatan (<i>Strength</i>) 2. Keunikan (<i>Uniqueness</i>) 3. <i>Favourable</i> Sumber : Kotler dan Amstrong (2008)	1. Kualitas layanan Pos memenuhi harapan saya (misalnya barang tidak rusak) 2. Saya menggunakan jasa Pos karena saya merasa puas dengan layanan yang sebelumnya (barang cepat sampai) 3. Harga yang ditawarkan pos Harga yang ditawarkan Pos murah sesuai fungsi jasa yang ditawarkan 4. Pos sudah ada diseluruh pelosok daerah pelosok daerah di Indonesia 5. Saya mudah mengingat

			nama Pos saat orang lain menyatakan tentang jasa pengiriman barang
--	--	--	--

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	
		Indikator/ Dimensi	Pernyataan
Kualitas Layanan	Kualitas layanan merupakan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan	1. Keandalan 2. Daya Tanggap 3. Jaminan 4. Empati 5. Produk-produk fisik Sumber: Parasuraman dalam Sopiah dan Etta (2013)	1. Apakah jasa pengiriman Pos telah memenuhi janji yang diberikan sesuai dengan jenis layanannya 2. Jasa pengiriman Pos tidak melakukan kesalahan dalam memberikan layanan kepada pelanggan 3. Pelayanan karyawan Pos yang cepat dan tepat 4. Ketersediaan karyawan Pos dalam membantu pelanggan 5. Keramahan dan kesopanan karyawan Pos 6. Kepercayaan pelanggan terhadap Pos karena Pelayanan karyawanannya 7. Jam layanan Pos sesuai dengan kebutuhan pelanggan 8. Karyawan Pos mampu memenuhi kebutuhan sesuai dengan keinginan pelanggan 9. Kantor Pos bersih dan nyaman 10. Tersedianya fasilitas yang lengkap serta tempat parkir untuk pelanggan Pos

Variabel	Definisi Konseptual		
		Indikator/ Dimensi	Pernyataan
Loyalitas Pelanggan	Loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang dipegang teguh untuk membeli ulang atau berlangganan dengan produk/jasa yang disukai secara konsisten masa datang	1. Pembelian ulang 2. Kebiasaan mengkonsumsi merek 3. Rasa suka yang besar pada merek 4. Ketetapan pada merek 5. Keyakinan bahwa merek tertentu Sumber : Tjiptono (2005)	1. Bila saya memerlukan jasa pengiriman berupa paket atau dokumen saya menggunakan jasa pengiriman Pos 2. Saya berkeinginan untuk tetap menjadi pelanggan Pos 3. Saya tidak terpengaruh oleh biaya yang lebih rendah yang ditawarkan oleh pengiriman jasa paket yang lain 4. Saya tidak terpengaruh oleh bujukan dari jasa pengiriman paket lain untuk berpindah menggunakan jasa pengiriman Pos 5. Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa pengiriman Pos

Dalam pengukuran variabel Citra Merek (X_1), variabel Kualitas layanan (X_2), terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), peneliti menggunakan kuesioner diukur dengan Skala Likert. Skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur tanggapan dari responden mengenai obyek penelitian dengan bobot nilai satu sampai dengan lima, dengan ketentuan sebagai berikut:

Sangat Setuju skor : 5

Setuju skor : 4

Ragu-Ragu skor : 3

Tidak Setuju : 2

Sangat Tidak Setuju skor : 1

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subyek yaitu menggunakan kuisisioner dalam pengumpulan datanya yang telah dijawab oleh pelanggan responden yang terkena sampel.

b. Sumber data

Sumber data yang dalam penelitian ini melalui data primer merupakan data yang didapat dari responden yang terkena sampel melalui kuisisioner yang diberikan oleh peneliti.

2. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan jenis data dan sumber data dalam penelitian ini maka teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui survey lapangan, yaitu mencari keterangan yang diperlukan untuk mendukung hipotesa yaitu dengan melakukan pengamatan langsung ketempat penelitian, dengan menggunakan metode kuisisioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2017:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah

pelanggan pengguna jasa pengiriman paket PT. Pos Indonesia (Persero) Surabaya Bulan Mei tahun 2019 sebanyak 5.021 orang.

2. Sampel

Fatihudin (2015) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi. Penelitian sampel dilakukan karena pertimbangan efisiensi biaya, waktu dan tenaga disamping bermaksud mereduksi obyek penelitiannya serta melakukan generalisasi. Sampel harus mewakili seluruh karakteristik populasi.

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling* karena pengambilan dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Untuk menentukan besar sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Taraf kesalahan atau nilai kritis

Pengambilan sampel ini dilakukan pada tingkat kepercayaan 90% atau nilai kritis 10% sehingga perhitungan ukuran sampel adalah :

$$n = \frac{5.021}{1 + 5.021(0,1)^2} \quad n = \frac{5.021}{51,21} = 98,04$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka sampel yang diambil 98 responden pelanggan pengguna jasa pengiriman paket PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Kebonrejo Surabaya.

F. Teknik Pengolahan Data

Fatihudin (2015:133) Teknik pengolahan data dalam suatu penelitian adalah langkah berikutnya setelah pengumpulan data dilakukan. Tentu saja data yang dihimpun tersebut adalah data yang sudah matang, siap diolah, hasil seleksi yang ketat dari peneliti tentang kebenaran, ketepatan dan kesahihannya, apakah sudah sesuai dengan yang dikehendaki dalam penelitian tersebut.

Pengolahan data merupakan proses penerimaan data sebagai masukan (input) kemudian diproses oleh suatu program dan mengeluarkan hasil proses data dengan komputer yang dikenal dengan EDP (*Electric Data Processing*). Teknik analisa yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda. Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) Versi 20, sehingga pemrosesan data berjalan secara otomatis dan kemudian diinterpretasikan hasilnya.

G. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Sugiyono (2017:125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas

sebab item, mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Dalam mencari nilai korelasi menggunakan rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi) \cdot (\sum Yi)}{\sqrt{\{n \cdot \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi

n = Jumlah responden uji coba

X = Skor tiap item

Y = Skor seluruh item responden uji coba

2. Uji Reliabilitas

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa uji reliabilitas merupakan sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian menggunakan *cronbach alpha* dengan rumus sebagai berikut :

$$a = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

(Sugiyono 2017)

Keterangan :

α = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum S_i^2$ = Jumlah varian tiap butir pertanyaan

$\sum S_i^2$ = Total Varian

H. Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda karena dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat (*dependent*).

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolonieritas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu data tersebut mengikuti sebaran normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan plot probabilitas normal (*Normalprobability plot*) untuk menguji kenormalitasan jika penyebarannya data (titik)

disekitar sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013:134) untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam satu model regresi linier berganda dengan melihat grafik scatterplot atau nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual eror yaitu ZPERD. Jika titik-titik membentuk pola tertentu dan tidak menyebar diatas dan dibawah angka nol dan sumbu y, maka model yang baik adalah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas

c. Uji Kolinieritas

Uji Kolinieritas digunakan untuk menunjukkan adanya hubungan linier antar variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi. Salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas yaitu dengan melihat besarnya nilai *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$ (Ghozali, 2016).

Jadi dapat disimpulkan bahwa sebelum menguji regresi harus terlebih dahulu menguji asumsi klasik yaitu terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda adalah dengan melihat pengaruh antara variabel bebas Citra Merek (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) terhadap variabel terikat Loyalitas Pelanggan (Y) dengan model persamaan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi *independent* pertama

b_2 = Koefisien regresi *independent* kedua

x_1 = Variabel *independent* pertama

x_2 = Variabel *independent* kedua

e = Nilai standar eror

3. Analisis koefisien determinan berganda (R^2) dan koefisien korelasi (R)

Analisis koefisien determinan berganda digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel Citra Merek dan Kualitas Layanan secara parsial terhadap variabel Loyalitas Pelanggan. Analisis koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengukur

keeratan hubungan antara variabel bebas (Citra Merek dan Kualitas Layana) secara parsial terhadap variabel terikat (Loyalitas Pelanggan).

4. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat.

Persamaan yang digunakan dalam Uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

(Usman dan Akbar (2003))

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinan

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah pengamatan

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t yang biasa disebut uji hipotesis parsial adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menguji tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan dari koefisien regresi.

Persamaan yang digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{\beta}{Sb}$$

(Usman dan Akbar (2003))

Keterangan:

t = Nilai uji t

β = Jumlah pengamatan

Sb = Deviasi variabel