

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional, yaitu pendekatan penelitian yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana variasi pada suatu variabel berkaitan dengan variabel lainnya berdasarkan koefisien korelasi. Penelitian kuantitatif korelasional berfokus kepada identifikasi dan pengukuran hubungan antarvariabel tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel yang diteliti (Abdullah, et al., 2021: 7). Melalui pendekatan korelasional, peneliti berupaya mengetahui pengaruh yang signifikan antara dimensi dalam *service quality* dan variabel persepsi harga jasa terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa *maintenance* di Surabaya.

##### **B. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel adalah serangkaian petunjuk komprehensif yang menjelaskan bagaimana kita harus melihat dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk melihat seberapa berarti hal itu. Dalam penelitian ini, definisi operasional variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (X), adalah variabel yang dianggap sebagai penyebab atau faktor yang mempengaruhi variabel lain dalam suatu penelitian. Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas, yaitu:

a. *Service Quality* (X1): Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, diukur dengan menggunakan lima dimensi SERVQUAL, yaitu:

- 1) *Reliability* merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan sesuai janji yang telah disepakati secara tepat dan konsisten. Dimensi *reliability* memiliki indikator: jadwal layanan yang dijanjikan, hasil pekerjaan, dan konsistensi layanan berkualitas.
- 2) *Tangibles* menggambarkan pengadaan sumber daya yang memadai dalam pemberian kualitas pelayanan, seperti fasilitas, material dan peralatan yang digunakan, serta materi komunikasi yang mendukung penyampaian layanan. Dimensi *tangibles* memiliki indikator: kelengkapan dan kelayakan peralatan, penampilan teknisi, serta fasilitas dan sarana pendukung.
- 3) *Responsiveness*, menggambarkan kesediaan dan kecepatan perusahaan dalam merespons permintaan, keluhan, atau kebutuhan pelanggan. Pelanggan menilai kualitas layanan dari seberapa cepat layanan diberikan dan seberapa singkat waktu tunggu yang mereka alami. Dimensi *responsiveness* memiliki indikator: ketanggapan membantu pelanggan, penanganan keluhan, dan waktu tunggu layanan.
- 4) *Assurance* berkaitan dengan kemampuan dan profesionalitas penyedia layanan dalam menumbuhkan rasa percaya pelanggan. Dimensi *assurance* memiliki indikator: pengetahuan dan

kemampuan teknisi, keamanan pelanggan, dan profesionalitas teknisi.

5) *Empathy* menunjukkan perhatian dan kepedulian perusahaan terhadap kebutuhan pelanggan secara individual. Dimensi *empathy* memiliki indikator: memahami kebutuhan pelanggan, layanan sesuai permasalahan, dan kemudahan komunikasi.

b. Persepsi harga jasa (X2): Persepsi pelanggan tentang harga yang dibayar dibandingkan dengan manfaat atau kualitas layanan yang diterima. Persepsi harga diukur melalui indikator: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas layanan, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat layanan.

2. Variabel Terikat (Y), adalah variabel yang bergantung atau merupakan respons yang dipengaruhi oleh variabel bebas dalam sebuah penelitian. Variabel terikat yang digunakan adalah:

a. Loyalitas Pelanggan (Y): Kecenderungan pelanggan untuk terus menggunakan layanan perusahaan dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Loyalitas pelanggan diukur melalui indikator: frekuensi penggunaan layanan, merekomendasikan layanan ke orang lain, tidak tertarik menggunakan layanan dari perusahaan lain, dan kesetiaan terhadap merek.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

| Variabel                    | Definisi Operasional Variabel                                                                                                                                                                                                                | Dimensi Variabel   | Definisi Operasional Dimesi                                                                                                                            | Indikator                                                                                     | Pernyataan Kuesioner                                                                                                                                                                                                                                                  | Skala & Pengukuran                                                                                                                                           |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Service Quality</i> (X1) | Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan maintenance yang diberikan perusahaan yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan secara tepat, konsisten, responsif, profesional, serta memperhatikan kebutuhan pelanggan. | <i>Reliability</i> | Kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan maintenance secara tepat, konsisten, dan dapat dipercaya sesuai dengan yang dijanjikan kepada pelanggan. | 1. Jadwal layanan yang dijanjikan<br>2. Hasil pekerjaan<br>3. Konsistensi layanan berkualitas | 1. Layanan <i>maintenance</i> yang diberikan telah sesuai dengan jadwal yang dijanjikan<br>2. Hasil pekerjaan <i>maintenance</i> selalu tepat dan tidak memerlukan perbaikan ulang<br>3. Perusahaan <i>maintenance</i> konsisten dalam memberikan layanan berkualitas | Skala Interval<br><br>Skor 5 = Sangat Benar<br><br>Skor 4 = Benar<br><br>Skor 3 = Cukup Benar<br><br>Skor 2 = Tidak Benar<br><br>Skor 1 = Sangat Tidak Benar |
|                             |                                                                                                                                                                                                                                              | <i>Tangibles</i>   | Berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan,                                                                                                      | 1. Kelengkapan dan kelayakan                                                                  | 1. Peralatan yang digunakan perusahaan dalam                                                                                                                                                                                                                          | Skala Interval                                                                                                                                               |

| Variabel | Definisi Operasional Variabel | Dimensi Variabel      | Definisi Operasional Dimesi                                                                          | Indikator                                                                             | Pernyataan Kuesioner                                                                                                                                                               | Skala & Pengukuran                                                                                                                     |
|----------|-------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          |                               |                       | representasi fisik produk atau jasa.                                                                 | peralatan<br>2. Penampilan teknisi<br>3. Fasilitas dan sarana pendukung               | memberikan layanan maintenance selalu lengkap dan layak pakai<br>2. Penampilan teknisi rapi dan profesional<br>3. Fasilitas dan sarana pendukung layanan maintenance telah memadai | Skor 5 = Sangat Benar<br><br>Skor 4 = Benar<br><br>Skor 3 = Cukup Benar<br><br>Skor 2 = Tidak Benar<br><br>Skor 1 = Sangat Tidak Benar |
|          |                               | <i>Responsiveness</i> | Kemampuan untuk membantu pelanggan dengan memberikan produk atau jasa dengan cepat atau ketanggapan. | 1. Ketanggapan membantu pelanggan<br>2. Penanganan keluhan<br>3. Waktu tunggu layanan | 1. Perusahaan <i>maintenance</i> tanggap dalam membantu pelanggan<br>2. Keluhan pelanggan ditangani dengan cepat                                                                   | Skala Interval<br><br>Skor 5 = Sangat Benar<br><br>Skor 4 = Benar                                                                      |

| Variabel | Definisi Operasional Variabel | Dimensi Variabel | Definisi Operasional Dimesi                                                                                                                                                                                            | Indikator                                                                                   | Pernyataan Kuesioner                                                                                                                                                                                     | Skala & Pengukuran                                                                                        |
|----------|-------------------------------|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          |                               |                  |                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                             | 3. Waktu tunggu layanan <i>maintenance</i> singkat                                                                                                                                                       | Skor 3 = Cukup Benar<br>Skor 2 = Tidak Benar<br>Skor 1 = Sangat Tidak Benar                               |
|          |                               | <i>Assurance</i> | Kualitas layanan yang merujuk pada pengetahuan, kesopanan karyawan, dan kemampuan mereka untuk menimbulkan rasa percaya serta keyakinan pada pelanggan, memastikan bahwa layanan aman, terjamin, dan dapat diandalkan. | 1. Pengetahuan dan kemampuan teknisi<br>2. Keamanan pelanggan<br>3. Profesionalitas teknisi | 1. Teknisi memiliki pengetahuan dan kemampuan yang memadai<br>2. Pelanggan merasa aman terhadap layanan <i>maintenance</i> yang diberikan<br>3. Teknisi bersikap sopan dan profesional selama memberikan | Skala Interval<br>Skor 5 = Sangat Benar<br>Skor 4 = Benar<br>Skor 3 = Cukup Benar<br>Skor 2 = Tidak Benar |

| Variabel | Definisi Operasional Variabel | Dimensi Variabel | Definisi Operasional Dimesi                                                                                     | Indikator                                                                                    | Pernyataan Kuesioner                                                                                                                                                                                                                 | Skala & Pengukuran                                                                                                                       |
|----------|-------------------------------|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          |                               |                  |                                                                                                                 |                                                                                              | layanan                                                                                                                                                                                                                              | Skor 1 = Sangat Tidak Benar                                                                                                              |
|          |                               | <i>Empathy</i>   | Perhatian perusahaan terhadap kebutuhan pelanggan serta kemampuan memahami permasalahan yang dihadapi pelanggan | 1. Memahami kebutuhan pelanggan<br>2. Layanan sesuai permasalahan<br>3. Kemudahan komunikasi | 1. Perusahaan memahami kebutuhan maintenance pelanggan<br>2. Teknisi memberikan pelayanan sesuai permasalahan maintenance pelanggan<br>3. Perusahaan maintenance mudah dihubungi ketika pelanggan membutuhkan layanan atau informasi | Skala Interval<br>Skor 5 = Sangat Benar<br>Skor 4 = Benar<br>Skor 3 = Cukup Benar<br>Skor 2 = Tidak Benar<br>Skor 1 = Sangat Tidak Benar |

| Variabel                 | Definisi Operasional Variabel                                                                                        | Indikator Variabel                       | Definisi Operasional Indikator                                                                              | Pernyataan Kuesioner                                                                                                                                                                    | Skala & Pengukuran                                                                                                                                           |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Persepsi Harga Jasa (X2) | Cara konsumen menilai dan membentuk pandangan subjektif tentang nilai suatu produk berdasarkan harga yang ditentukan | Keterjangkauan Harga Layanan             | Sejauh mana pelanggan merasa bahwa harga yang ditawarkan masih dalam jangkauan kemampuan mereka.            | 1. Harga jasa layanan <i>maintenance</i> terjangkau<br>2. Harga jasa layanan <i>maintenance</i> sesuai dengan <i>budget</i>                                                             | Skala Interval<br><br>Skor 5 = Sangat Benar<br><br>Skor 4 = Benar<br><br>Skor 3 = Cukup Benar<br><br>Skor 2 = Tidak Benar<br><br>Skor 1 = Sangat Tidak Benar |
|                          |                                                                                                                      | Kesesuaian Harga dengan Kualitas Layanan | Pelanggan akan menilai apakah harga yang mereka bayar sebanding dengan kualitas layanan yang mereka terima. | 1. Harga jasa sesuai dengan kualitas layanan <i>maintenance</i> yang diberikan<br>2. Pelanggan merasa puas karena harga layanan <i>maintenance</i> sesuai dengan manfaat yang diperoleh | Skala Interval<br><br>Skor 5 = Sangat Benar<br><br>Skor 4 = Benar<br><br>Skor 3 = Cukup Benar                                                                |

| Variabel | Definisi Operasional Variabel | Indikator Variabel                      | Definisi Operasional Indikator                                                                                                          | Pernyataan Kuesioner                                                                                                                          | Skala & Pengukuran                                                                                                                                           |
|----------|-------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          |                               |                                         |                                                                                                                                         |                                                                                                                                               | Skor 2 = Tidak Benar<br><br>Skor 1 = Sangat Tidak Benar                                                                                                      |
|          |                               | Daya Saing Harga Layanan                | Indikator ini mengukur sejauh mana pelanggan merasa harga yang ditawarkan oleh perusahaan lebih kompetitif dibandingkan dengan pesaing. | 1. Harga layanan <i>maintenance</i> mampu bersaing dengan kompetitor<br>2. Harga layanan dan paket <i>maintenance</i> yang ditawarkan menarik | Skala Interval<br><br>Skor 5 = Sangat Benar<br><br>Skor 4 = Benar<br><br>Skor 3 = Cukup Benar<br><br>Skor 2 = Tidak Benar<br><br>Skor 1 = Sangat Tidak Benar |
|          |                               | Kesesuaian Harga dengan Manfaat Layanan | Sejauh mana perusahaan memberikan informasi yang jelas                                                                                  | 1. Harga yang dibayarkan sesuai dengan manfaat <i>maintenance</i> yang diberikan                                                              | Skala Interval<br><br>Skor 5 = Sangat Benar                                                                                                                  |

| Variabel                | Definisi Operasional Variabel                                                                                                                                                                             | Indikator Variabel        | Definisi Operasional Indikator                                                            | Pernyataan Kuesioner                                                                                                                     | Skala & Pengukuran                                                                                                                       |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                         |                                                                                                                                                                                                           |                           | mengenai harga, termasuk biaya tambahan dan biaya tersembunyi.                            | 2. Manfaat layanan <i>maintenance</i> yang diberikan memberikan kepuasan kepada pelanggan                                                | Skor 4 = Benar<br>Skor 3 = Cukup Benar<br>Skor 2 = Tidak Benar<br>Skor 1 = Sangat Tidak Benar                                            |
| Loyalitas Pelanggan (Y) | Loyalitas pelanggan adalah salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan jangka panjang bagi perusahaan. Loyalitas pelanggan tercipta ketika pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan yang | Frekuensi Penggunaan Jasa | Pelanggan loyal akan memakai jasa atau barang tertentu secara berulang minimal tiga kali. | 1. Jasa <i>maintenance</i> rutin untuk digunakan perusahaan kami<br>2. Layanan <i>maintenance</i> dapat digunakan lagi di masa mendatang | Skala Interval<br>Skor 5 = Sangat Benar<br>Skor 4 = Benar<br>Skor 3 = Cukup Benar<br>Skor 2 = Tidak Benar<br>Skor 1 = Sangat Tidak Benar |

| Variabel | Definisi Operasional Variabel                                                                                   | Indikator Variabel                   | Definisi Operasional Indikator                                                                                 | Pernyataan Kuesioner                                                                                                                                                                                                                | Skala & Pengukuran                                                                                                                                           |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | diberikan dan cenderung untuk terus menggunakan produk atau layanan tersebut meskipun ada tawaran dari pesaing. | Merekomendasikan kepada Orang Lain   | Loyalitas pelanggan dapat diukur berdasarkan seberapa besar mereka mau merekomendasikan layanan ke orang lain. | 1. Perusahaan akan merekomendasikan layanan <i>maintenance</i> ini kepada rekan kerja lainnya<br>2. Perusahaan memiliki pengalaman positif sehingga ingin merekomendasikan layanan <i>maintenance</i> ini kepada perusahaan lainnya | Skala Interval<br><br>Skor 5 = Sangat Benar<br><br>Skor 4 = Benar<br><br>Skor 3 = Cukup Benar<br><br>Skor 2 = Tidak Benar<br><br>Skor 1 = Sangat Tidak Benar |
|          |                                                                                                                 | Tidak Tertarik Menggunakan Jasa Lain | Pelanggan loyal tidak tertarik untuk beralih ke produk lain selama produk yang mereka sukai tersedia.          | 1. Perusahaan tetap memilih <i>maintenance</i> ini meskipun terdapat banyak alternatif lain<br>2. Layanan <i>maintenance</i> ini sudah memenuhi kebutuhan perusahaan sehingga tidak perlu berpindah                                 | Skala Interval<br><br>Skor 5 = Sangat Benar<br><br>Skor 4 = Benar<br><br>Skor 3 = Cukup Benar                                                                |

| Variabel | Definisi Operasional Variabel | Indikator Variabel   | Definisi Operasional Indikator                                                                                                                                   | Pernyataan Kuesioner                                                                                                        | Skala & Pengukuran                                                                                                                                           |
|----------|-------------------------------|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          |                               |                      |                                                                                                                                                                  |                                                                                                                             | Skor 2 = Tidak Benar<br><br>Skor 1 = Sangat Tidak Benar                                                                                                      |
|          |                               | Setia terhadap Merek | Kesetiaan terhadap sebuah merk tercermin dari keinginan untuk senantiasa menggunakan produk itu sesuai dengan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan para pelanggan. | 1.Perusahaan loyal terhadap jasa maintenance ini<br>2.Perusahaan akan menggunakan jasa maintenance ini dalam jangka panjang | Skala Interval<br><br>Skor 5 = Sangat Benar<br><br>Skor 4 = Benar<br><br>Skor 3 = Cukup Benar<br><br>Skor 2 = Tidak Benar<br><br>Skor 1 = Sangat Tidak Benar |

### C. Populasi dan Teknik Sampling

#### 1. Populasi

Menurut Sugiyono, (2018) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jenis populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah populasi homogen, populasi homogen (keseluruhan individu yang menjadi anggota populasi memiliki sifat yang relatif dengan yang lainnya dan mempunyai ciri tidak terdapat perbedaan). Adapun target populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan Perusahaan jasa *maintenance* di surabaya sebanyak 71 pelanggan.

Tabel 3. 2 Populasi *Customer* Jasa *Maintenance* Alat Berat Pada Perusahaan Jasa *Maintenance* di Surabaya Tahun 2025 - 2026

| No | Area 1<br>(13 Cabang)   | Area 2<br>(7 Cabang)      | Area 3<br>(31 Cabang)             | Area 4<br>(20 Cabang)              |
|----|-------------------------|---------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|
| 1  | PT. BNCT                | PT. IPC TPK               | Teluk lamong -<br>Berlian         | Terminal<br>Petikemas<br>pantoloan |
| 2  | TPK Belawan<br>Domestik | PT. Pelabuhan Tj<br>Priok | Terminal<br>petikemas<br>Surabaya | Terminal Sorong                    |
| 3  | TPK Kuala<br>Tanjung    | PT. MTI Jakarta           | Terminal Teluk<br>lamong          | Terminal Ambon                     |
| 4  | TPK Perawang            | PT. MTI<br>Palembang      | Terminal<br>Petikemas Nilam       | Terminal<br>Jayapura               |

| No | Area 1<br>(13 Cabang)                            | Area 2<br>(7 Cabang)                        | Area 3<br>(31 Cabang)                | Area 4<br>(20 Cabang)         |
|----|--------------------------------------------------|---------------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|
| 5  | PT. Gedung<br>Grha A                             | PT. MTI Pontianak                           | Terminal<br>Petikemas<br>Semarang    | Terminal Tarakan              |
| 6  | PT. Gedung<br>Grha B                             | PT. Ekatama Trans                           | Terminal<br>Petikemas<br>Banjarmasin | TPK Makassar 1                |
| 7  | Multi Terminal<br>Belawan                        | PT Indonesia<br>Kendaraan<br>Terminal (IKT) | Terminal<br>Petikemas<br>Kupang      | TPK Makassar 2                |
| 8  | Multi Terminal<br>Dumai                          | -                                           | Terminal<br>Petikemas<br>Bagendang   | Bitung                        |
| 9  | Multi terminal<br>Intslasi rak &<br>pipa belawan | -                                           | Terminal<br>Petikemas<br>Bumiharjo   | Kendari                       |
| 10 | Multi terminal<br>Sibolga                        | -                                           | Terminal Branch<br>Jamrud            | Merauke                       |
| 11 | Multi terminal<br>Malahayati                     | -                                           | Terminal Gresik                      | Petikemas<br>Ternate          |
| 12 | Multi terminal<br>Lhouksumawe                    | -                                           | Terminal tanjung<br>Emas             | PT. Kaltim<br>Kariangau Timur |
| 13 | Multi terminal<br>Tanjung Pinang                 | -                                           | Terminal tanjung<br>Intan            | Multi terminal<br>Makassar    |
| 14 | -                                                | -                                           | Terminal Trisakti                    | Terminal<br>Balikpapan        |
| 15 | -                                                | -                                           | Multi Terminal<br>Bumiharjo          | Gorontalo                     |
| 16 | -                                                | -                                           | Multi Terminal<br>Bagendang          | Manokwari                     |
| 17 | -                                                | -                                           | Terminal Lembar                      | Biak                          |

| No | Area 1<br>(13 Cabang) | Area 2<br>(7 Cabang) | Area 3<br>(31 Cabang)       | Area 4<br>(20 Cabang) |
|----|-----------------------|----------------------|-----------------------------|-----------------------|
| 18 | -                     | -                    | Terminal Badas              | MTI Makassar          |
| 19 | -                     | -                    | Terminal Tj Perak           | MTI Ambon             |
| 20 | -                     | -                    | Regional<br>Terminal Gresik | MTI bitung            |
| 21 | -                     | -                    | Tanjung Emas                | -                     |
| 22 | -                     | -                    | Terminal<br>Batulicin       | -                     |
| 23 | -                     | -                    | Terminal benoa              | -                     |
| 24 | -                     | -                    | Labuan Bajo                 | -                     |
| 25 | -                     | -                    | Maumere                     | -                     |
| 26 | -                     | -                    | Waingapu                    | -                     |
| 27 | -                     | -                    | MTI Semarang                | -                     |
| 28 | -                     | -                    | MTI Surabaya                | -                     |
| 29 | -                     | -                    | MTI lamong                  | -                     |
| 30 | -                     | -                    | MTI Banjar                  | -                     |
| 31 | -                     | -                    | PT. freeport                | -                     |

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono, (2018) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*, yaitu

teknik penentuan sampel yang dilakukan berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini termasuk dalam kategori *non-probability sampling*, dimana tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

Adapun kriteria yang digunakan dalam menentukan sampel atau responden penelitian ini adalah:

- a. Perusahaan *client* telah melakukan kontrak kerjasama dengan perusahaan jasa *maintenance* paling sedikit 2 kali atau lebih hingga saat ini. Perusahaan *client* yang telah melakukan kontrak kerja sama minimal 2 kali menunjukkan tingkat loyalitas kepada perusahaan jasa *maintenance*. Pengalaman kerja sama yang berulang mengindikasikan bahwa perusahaan *client* telah merasakan manfaat dari layanan yang diberikan dan memiliki tingkat kepercayaan terhadap kemampuan perusahaan jasa *maintenance* dalam memenuhi kebutuhan pemeliharaan alat berat. Selain itu, keputusan untuk memperpanjang atau mengulangi kontrak didasarkan pada evaluasi terhadap kualitas pekerjaan, keandalan layanan, kompetensi teknisi, ketepatan waktu pelaksanaan, serta kemampuan perusahaan jasa *maintenance* dalam menangani permasalahan yang terjadi pada alat berat.
- b. Perusahaan *client* berada dalam 4 area kerja perusahaan jasa *maintenance*  
Pemilihan perusahaan *client* yang berada dalam 4 area kerja membantu peneliti memperoleh data yang lebih representatif terhadap kondisi

perusahaan *client* yang dilayani oleh perusahaan jasa *maintenance*. Selain itu, cakupan area yang beragam dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kebutuhan pelanggan dan karakteristik kerja sama yang terjadi di berbagai wilayah operasional perusahaan jasa *maintenance*.

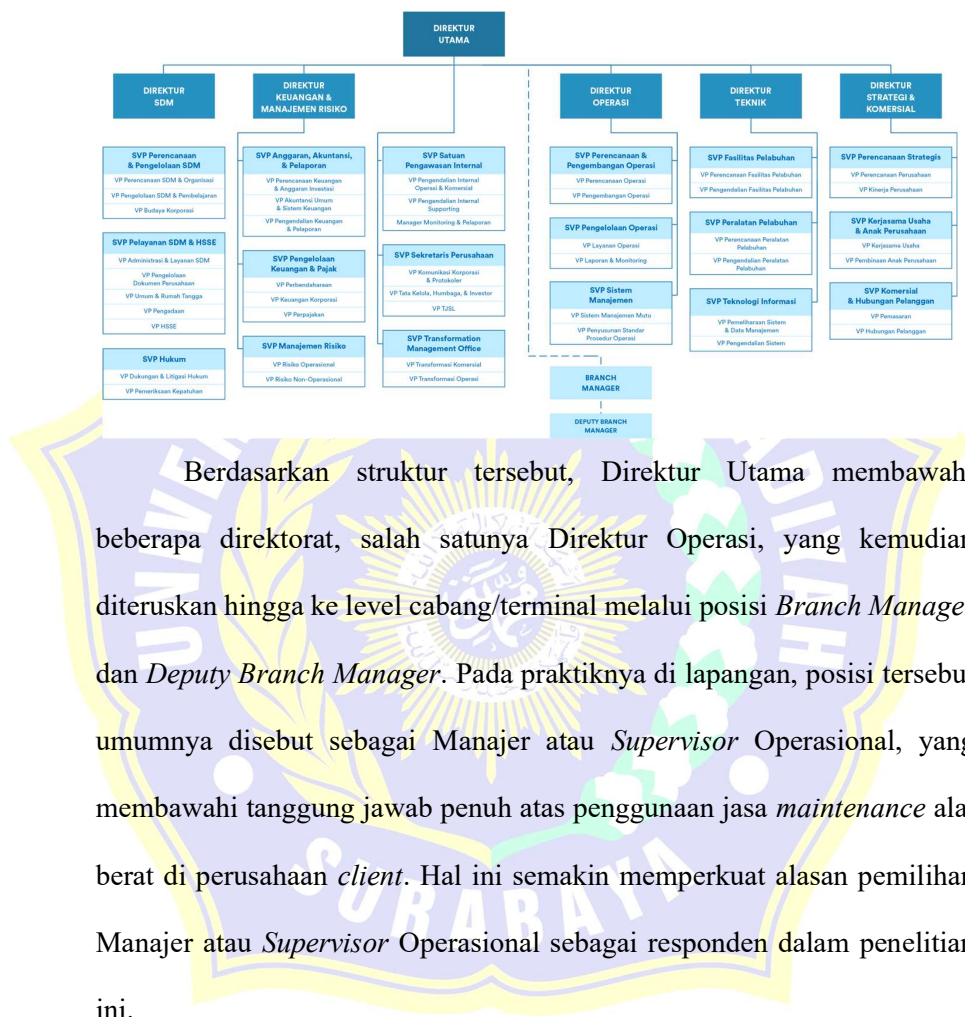
- c. Responden merupakan Manajer atau Supervisor Operasional yang mengetahui tentang alat berat di perusahaan *client*

Kriteria ini ditetapkan agar informasi yang diperoleh berasal dari individu yang memiliki pengetahuan, pengalaman, dan tanggung jawab langsung terkait pengoperasian serta pemeliharaan alat berat di perusahaan *client*. Manajer atau Supervisor Operasional umumnya terlibat dalam pengambilan keputusan mengenai penggunaan jasa *maintenance*, evaluasi kinerja penyedia jasa, serta pemantauan kondisi alat berat. Posisi Manajer atau Supervisor Operasional dinilai mampu memberikan penilaian yang akurat dan relevan mengenai kualitas layanan yang diterima, persepsi harga jasa selama kerja sama yang telah berlangsung, serta berbagai aspek teknis dan operasional yang menjadi fokus penelitian.

Hal ini juga didukung oleh struktur organisasi pada perusahaan *client*, sebagaimana disajikan pada gambar berikut.

*Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Perusahaan Client*

Sumber : Web Perusahaan *client*



Setelah dilakukan pemilihan sampel berdasarkan kriteria tersebut, maka diperoleh 62 perusahaan *client* yang telah bekerjasama dengan perusahaan jasa *maintenance* hingga tahun ini, artinya perusahaan-perusahaan ini yang selanjutnya akan mengevaluasi secara mendalam

terkait dimensi *service quality*, variabel persepsi harga jasa, dan loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa *maintenance* di Surabaya.

#### **D. Objek dan Waktu Penelitian**

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan pada Perusahaan Jasa *Maintenance*, yang beralamat di Jalan Perak Timur No. 428, Kec. Pabean Cantikan, Kota Surabaya, Jawa Timur 60165. Waktu penelitian ini dimulai dari Bulan September 2025 hingga selesai.

#### **E. Metode dan Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode *survey* dan dokumentasi. Metode *survey* dilakukan untuk memperoleh data primer dari responden yang merupakan Manajer atau Supervisor Operasional pada perusahaan *client*. Adapun teknik yang digunakan dalam metode *survey* adalah penyebaran kuesioner secara langsung menggunakan *Google Form* kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Setiap pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan Skala Likert yang termasuk dalam Skala Interval dengan rentang nilai skor 5 (Sangat Benar) hingga skor 1 (Sangat Tidak Benar).

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan metode dokumentasi untuk memperoleh data sekunder yang berkaitan dengan profil perusahaan, data pelanggan, serta informasi kontrak kerja sama yang mendukung pelaksanaan

penelitian. Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dan menelaah dokumen-dokumen yang relevan dari perusahaan.

#### F. Teknik Analisa Data

Teknik analisa data disesuaikan dengan Model Penelitian yang menggambarkan pengaruh dimensi dari *service quality* (*reliability*, *tangibles*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) dan variabel persepsi harga jasa terhadap variabel loyalitas pelanggan. Teknik analisa data yang sesuai adalah *Structural Equation Modeling - Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan *First Order Construct* yang didasarkan pada kemampuannya dalam menganalisis hubungan yang kompleks antara variabel laten dengan indikator-indikator pembentuknya. Selain itu, SEM-PLS memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi terhadap ukuran sampel yang relatif terbatas dan tidak mensyaratkan distribusi data harus berdistribusi normal.

Pada pendekatan *First Order Construct*, setiap dimensi *service quality*, yaitu *reliability*, *tangibles*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, diperlakukan sebagai konstruk yang berdiri sendiri dan diukur secara langsung melalui indikator-indikator yang relevan. Pemilihan pendekatan *First Order Construct* dibandingkan dengan *Second Order Construct* karena didasarkan pada rumusan masalah dan tujuan penelitian yang ingin mengetahui secara spesifik pengaruh masing-masing dimensi *service quality* terhadap loyalitas pelanggan. Dengan menggunakan pendekatan *First Order Construct*, setiap dimensi dapat dianalisis secara terpisah sehingga peneliti dapat

mengidentifikasi dimensi *service quality* yang memberikan kontribusi paling besar maupun paling kecil terhadap pembentukan loyalitas pelanggan.

Penentuan penggunaan *First Order Construct* atau *Second Order Construct* dalam SEM-PLS pada dasarnya perlu disesuaikan dengan tujuan dan rumusan masalah penelitian yang telah ditetapkan (Sarstedt et al., 2021). Apabila tujuan penelitian diarahkan untuk mengidentifikasi kontribusi atau pengaruh dari masing-masing dimensi secara spesifik dan independen terhadap variabel lain, maka pendekatan *First Order Construct* dinilai lebih tepat digunakan. Sebaliknya, pendekatan *Second Order Construct* lebih sesuai apabila peneliti bermaksud merepresentasikan beberapa dimensi ke dalam satu konstruk abstraksi tingkat lebih tinggi, tanpa menitikberatkan pada pengaruh masing-masing dimensi secara terpisah.

Dengan menggunakan pendekatan *First Order Construct*, setiap dimensi dapat dianalisis secara terpisah sehingga peneliti dapat mengidentifikasi dimensi *service quality* yang memberikan kontribusi paling besar maupun paling kecil terhadap pembentukan loyalitas pelanggan.

Analisis SEM-PLS dilakukan melalui beberapa tahapan untuk menginterpretasikan data penelitian, antara lain:

1. Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif adalah metode analisis statistik yang digunakan untuk menggambarkan, meringkas, dan menyajikan karakteristik data yang diperoleh dari responden penelitian sehingga lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran

umum mengenai kondisi data tanpa melakukan pengujian hubungan atau pengaruh antarvariabel. Melalui statistik deskriptif, peneliti dapat mengetahui profil responden serta kecenderungan jawaban responden terhadap setiap variabel yang diteliti yang disajikan dalam bentuk distribusi frekuensi, persentase, nilai rata-rata (*mean*), nilai minimum, nilai maksimum, standar deviasi, dan ukuran statistik lainnya yang relevan.

2. Evaluasi *outer model* bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian melalui pengukuran:

- a. *Construct Validity*

*Construct validity* bertujuan untuk mengukur sejauh mana indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian mampu merepresentasikan atau menjelaskan konstruk yang diukur. Dalam analisis SEM-PLS, *construct validity* dievaluasi melalui nilai *loading factor* dengan lebih besar dari 0,6, artinya indikator mampu menjelaskan konstruk secara lebih baik dan valid.

- b. *Discriminant Validity*

*Discriminant validity* bertujuan untuk memastikan bahwa suatu konstruk memiliki karakteristik yang berbeda dan tidak tumpang tindih dengan konstruk lainnya dalam model penelitian. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah indikator yang digunakan kuat untuk merepresentasikan konstruk yang dimaksud dibandingkan konstruk lain yang ada dalam model. Dalam metode SEM-PLS,

*discriminant validity* dapat dievaluasi menggunakan kriteria *Fornell-Larcker Criterion* atau *Cross Loading* dengan syarat nilai indikator dalam konstruk lebih besar dibandingkan indikator dalam konstruk lainnya. Hasil pengujian yang memenuhi kriteria menunjukkan bahwa setiap variabel laten memiliki keunikan tersendiri dan valid untuk menjelaskan konsep yang berbeda.

c. *Composite Reliability*

*Composite Reliability* digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi internal indikator-indikator dalam suatu konstruk. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh indikator yang membentuk suatu variabel laten mampu memberikan hasil pengukuran yang stabil dan konsisten. *Cronbach's Alpha* mengasumsikan seluruh indikator memiliki bobot yang sama, sedangkan *Composite Reliability* memperhitungkan nilai *loading* masing-masing indikator. Nilai *Composite Reliability* yang lebih besar dari 0,6 menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam suatu konstruk memiliki tingkat keterkaitan dan reliabilitas yang kuat dalam mengukur konsep yang sama.

3. Evaluasi *inner model* bertujuan untuk menguji hubungan antarvariabel laten dengan melihat:

a. Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen

dalam model penelitian. Nilai  $R^2$  menunjukkan seberapa besar proporsi perubahan atau variasi pada variabel endogen yang dapat dijelaskan oleh variabel eksogen yang memengaruhinya. Semakin tinggi nilai  $R^2$  (lebih dari 50%), maka semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan fenomena yang diteliti.

b. Ukuran efek ( $f^2$ )

Ukuran efek ( $f^2$ ) digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi atau pengaruh masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam model struktural. Nilai  $f^2$  memberikan informasi mengenai tingkat pentingnya suatu variabel dalam menjelaskan variabel dependen dengan klasifikasi:

- 1) Ukuran efek ( $f^2$ ) kurang dari 0,02 menunjukkan pengaruh kecil antar variabel
- 2) Ukuran efek ( $f^2$ ) berada pada rentang 0,03 – 0,15 menunjukkan pengaruh sedang antar variabel
- 3) Ukuran efek ( $f^2$ ) lebih dari 0,15 menunjukkan pengaruh besar antar variabel

c. Relevansi prediktif ( $Q^2$ )

Relevansi prediktif ( $Q^2$ ) digunakan untuk mengevaluasi kemampuan prediksi model terhadap variabel endogen. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah model yang dibangun memiliki kemampuan yang baik dalam memprediksi data observasi yang tidak digunakan

secara langsung dalam proses estimasi model. Nilai  $Q^2$  diperoleh melalui prosedur *blindfolding* pada analisis PLS-SEM.

- 1) Relevansi prediktif ( $Q^2$ ) lebih besar dari 0 artinya model yang dibangun memiliki kemampuan yang baik dalam memprediksi data observasi.
- 2) Relevansi prediktif ( $Q^2$ ) lebih kecil dari 0 artinya model yang dibangun memiliki kemampuan yang kurang baik dalam memprediksi data observasi

d. Nilai koefisien jalur (*path coefficient*)

Nilai koefisien jalur (*path coefficient*) digunakan untuk mengukur arah dan pengaruh antarvariabel laten dalam model struktural. Koefisien ini menunjukkan besarnya pengaruh yang diberikan oleh suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien jalur dapat bernilai positif atau negatif. Nilai positif menunjukkan bahwa peningkatan pada variabel independen akan diikuti oleh peningkatan pada variabel dependen, sedangkan nilai negatif menunjukkan hubungan yang berlawanan arah.

H0: Nilai *t-statistik* < t-tabel dan *p-value* > 0,05 artinya dimensi dalam *service quality* dan persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Ha: Nilai *t-statistik* > t-tabel dan *p-value* < 0,05 artinya dimensi dalam *service quality* dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Perusahaan jasa *maintenance* di Surabaya merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa kontraktor Mekanikal, Elektrikal, dan Sipil secara terintegrasi dalam satu sistem layanan di bawah naungan ekosistem Pelindo Group. Sejak didirikan pada tahun 2015, perusahaan jasa *maintenance* berperan sebagai mitra strategis dalam mendukung kesiapan operasional berbagai pelabuhan penting di Indonesia. Perusahaan turut berkontribusi dalam memperlancar distribusi logistik nasional serta mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Seiring dengan peningkatan kinerja dan kapasitas perusahaan, pada tahun 2018 perusahaan jasa *maintenance* mulai mengembangkan cakupan usahanya ke sektor pekerjaan sipil kepelabuhanan. Kegiatan yang dijalankan meliputi perbaikan dan rehabilitasi dermaga, pemeliharaan fasilitas serta aksesoris pelabuhan, pembangunan berbagai struktur pendukung, hingga pekerjaan reklamasi. Dengan mengusung filosofi “**Total Engineering Services**”, perusahaan jasa *maintenance* menyediakan solusi teknik yang komprehensif, mulai dari layanan pemeliharaan, perbaikan, hingga pembangunan infrastruktur baru. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan setiap pelabuhan dapat beroperasi secara optimal, andal, dan berkelanjutan dalam mendukung aktivitas logistik nasional.