BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka.[1] Metode kuantitatif adalah metodologi penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang pada dasarnya menggunakan pendekatan deduktif induktif, artinya pendekatan yang berangkat dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, maupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan beserta pemecahan yang diajukan untuk mendapatkan pembenaran (verifikasi) dalam bentuk dukungan data empiris di lapangan.[2]

---

[1]Syahrum dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2012), hlm. 39

[2]Anis Kholifatul Azizah, *Pengaruh Kemasan, Label Halal, Dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018)

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian *eksplanatory research* yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.[3]

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan jasa pengiriman barang PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Blitar.Lokasi PT JNE Blitar beralamat di Jalan Ir. Soekarno no 61 Kelurahan Sentul Kecamatan Kepanjenkidul Kota Blitar (berada pada wilayah selatan komplek makam Bung Karno ± 200m).

C. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

Populasi yaitu sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi juga mengandung arti kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji. Dalam artian lain populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.[4]

Jadi pengertian populasi dalam statistik tidak terbatas pada sekelompok/kumpulan orang-orang, namun mengacu pada seluruh ukuran, hitungan, atau kualitas yang menjadi fokus suatu kajian. Dengan kata lain

---

[3]Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi*..., hlm. 154

[4]V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2012), hlm. 65

populasi juga dapat dikatakan sebagai universal atau sekumpulan kelompok pada individu atau objek yang memiliki karakteristik yang sama.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah semua konsumen yang menggunakan jasa pengiriman barang pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Blitar yang tidak diketahui jumlahnya (*infinitive*).

Teknik pengumpulan sampel yang digunakan penulis yaitu teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling*termasuk dalam metode pengambilan sampel tanpa peluang (*non probability sampling*), artinya semua elemen populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Definisi*Purposive sampling*adalah teknik yang dilakukan dengan memilih subyek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan peneliti.[5]Cara ini juga sering disebut sebagai pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan karena dalam pelaksanaannya digunakan pertimbangan tertentu oleh peneliti.Pada metode ini diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.Dengan itu sampel yang digunakan harus sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditentukan. Menurut Sugiyono yang dikutip oleh Subagiyo, *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan mengambil sampel yang didasarkan pada pertimbangan tertentu.[6]

---

[5] Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi*..., hlm. 69
[6]*Ibid*, hlm. 154

Adapun kriteria sampel dari penelitian ini adalah:

1. Konsumen yang pernah menggunakan jasa pengirimin barang pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Blitar.
2. Konsumen yang sudah percaya dengan keandalan jasa pengiriman barang pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Blitar.

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Ukuran sampel atau jumlah sampel yang diambil merupakan hal yang penting jika peneliti melakukan penelitian yang menggunakan analisis kuantitatif. Anggota populasi yang secara kebetulan dijumpai oleh peneliti dan sesuai dengan ketentuan peneliti.[7] Sampel adalah bagian dari populasi yang karakteristiknya akan diteliti.

Penelitian ini populasinya tidak terbatas. Pada analisis SEM, ukuran sampel yang sesuai adalah antara 100-200.[8] Oleh karena itu, jumlah sampel yang diambil sebesar 150 responden.

D. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

Data adalah serangkaian informasi, bukti-bukti, atau keterangan-keterangan atas suatu objek yang memiliki karakteristik tertentu. Data adalah berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan sebagai input untuk mengetahui tentang persoalan-persoalan yang dihadapi, sebagai alternatif jawaban, atau solusi atas suatu persoalan yang sedang dihadapi, dan sebagai

[7]Nur Aswawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN Malang Press, 2009), hlm. 130

[8] Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi*..., hlm. 154

alat untuk menjelaskan dan mengisi proses analisis yang sedang berlangsung.[9]

Data merupakan informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan relevan dengan problem tertentu.[10]

Berdasarkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu :

a. Data primer, ialah data yang didapatkan secara langsung dari responden terpilih pada lokasi penelitian. Data primer didapatkan dengan memberikan kuisioner dan melakukan wawancara.
b. Data sekunder, ialah data yang didapatkan melalui studi dokumentasi dengan mempelajari berbagai tulisan melalui buku, jurnal, majalah dan internet untuk mendukung penelitian ini.

Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepuasan konsumen.
2. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen.[11]

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Menurut Sugiyono, skala Likert adalah alat ukur yang dipakai untuk

---

[9] Muhammad Teguh, *Metode Kuantitatif Untuk Analisis Ekonomi Dan Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 11

[10]AhmadTanzeh, *MetodePenelitian...*, hlm. 79

[11]Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi...*, hlm. 107

mengukur, sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk mengisi skala Likert dalam instrumen penelitian telah disediakan alternatif jawaban yang sesuai, setiap butir bernilai 1 sampai 5 disesuaikan dengan alternatif-alternatif jawaban yang dipilih dari masing-masing pernyataan. Kelima penilaian tersebut diberikan bobot sebagai berikut :

Tabel 3.1

Pilihan dan Nilai Jawaban untuk Tiap Item Pertanyaan[12]

Nilai	**Jawaban Responden**
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Netral (N)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan data. Adapun metode yang digunakan peneliti untuk pengumpulan data adalah :

1. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik

[12]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 87

pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan di ukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.[13]

2. Studi pustaka, yaitu mempelajari buku-buku literature dan bacaan lain yang dapat membantu untuk memecahkan masalah dalam penelitian ini.

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik fenomena ini disebut variabel penelitian. Jumlah instrumen penelitian tergantung pada jumlah variabel yang ditetapkan untuk diteliti.[14]

Penelitian ini mengadopsi instrumen penelitian yang telah digunakan oleh peneliti sebelumnya yang telah diuji validitas dan reliabilitas oleh penguji pada penelitian sebelumnya. Instrumen pada penelitian ini berupa angket atau kuesioner tertutup, yaitu kuesioner yang telah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih, dimana terdapat empat variabel yaitu kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen.

---

[13]Nur Aswawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset*..., hlm. 194

[14]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 148

Tabel 3.2

Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	No. Item
Kualitas Pelayanan (Menurut Parasuraman dalam Subagiyo)[15]	1. *Tangibles* (berwujud) 2. *Reliability* (kehandalan) 3. *Responsiveness* (ketanggapan) 4. *Assurance* (jaminan dan kepastian) 5. *Empathy* (empati)	1,2 3,4 5,6 7,8 9,10
Citra Perusahaan (Menurut Ardianto dan Soemirat)[16]	1. Persepsi 2. Kognisi 3. Sikap	11,12 13,14 15,16
Kepuasan Konsumen (Menurut Irawan dalam Akbar)[17]	1. Kepuasan atas kualitas produk/jasa 2. Kepuasan atas kualitas pelayanan 3. Kepuasan atas harga	17,18 19,20 21,22
Loyalitas Konsumen (Menurut Tjiptono dalam Subagiyo)[18]	1. *Repeat* (kesetiaan terhadap pembelian produk) 2. *Retention* (ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan) 3. *Referalls* (mereferensikan secara total esistensi perusahaan)	23,24 25,26 27,28

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Deskriptif

Yaitu metode yang dilakukan untuk menafsirkan data-data dan keterangan yang diperoleh dengan cara mengumpulkan, menyusun, dan

[15]Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi*..., hlm. 146

[16]Ardianto dan Soemirat, *Dasar-dasar Public Relations Cetakan Ketiga*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 21

[17]Akbar, *Pengaruh Citra*..., hlm. 34

[18]Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi*..., hlm. 153

mengklasifikasikan data-data yang diperoleh yang selanjutnya dianalisis sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti.

Analisis statistik deskriptif dipakai peneliti untuk menggali informasi untuk melakukan penggambaran tentang karakteristik variabel dalam penelitian yang utama dan data demografi dari sebuah sampel. Ukuran yang dipakai bisa berbentuk gambar, tabel, frekuensi, tendensi sentral, dispersi dan varian koefisien korelasi antar variabel penelitian. Ukuran yang digunakan dalam statistik deskriptif tergantung pada tipe skala pengukuran *construct* yang digunakan dalam penelitian.[19]Pengukuran responden terhadap instrumen angket ini digunakan distribusi frekuensi dan skala likert nilai rata-rata (mean). Skala pengukuran yang digunakan adalah:

Tabel 3.3

Tingkat Persentase Instrumen Angket

Rentang	Persentase	Deskripsi
4,20 – 5,00	84,0% - 100%	Sangat baik
3,40 – 4,19	68,0% - 83,9%	Baik
2,60 – 3,39	52,0% - 67,9%	Cukup
1,80 – 2,59	36,0% - 51,9%	Tidak Baik
1,00 – 1,79	20,0% - 35,9%	Sangat Tidak Baik

[19]*Ibid*, hlm. 101

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah akurasi alat ukur terhadap yang diukur walaupun dengan reliabilitas alat ukur itu sendiri. Ini artinya bahwa alat ukur haruslah memiliki akurasi yang baik terutama apabila alat ukur tersebut yang digunakan sehingga validitas akan meningkatkan bobot kebenaran data yang diinginkan peneliti, maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya dengan bantuan SPSS, untuk mengetahui penelitian valid atau tidak.

Menurut Duwi, uji validitas item digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur, atau bisa dilakukan penilaian langsung dengan metode korelasi person atau metode *corrected item total coralation*.[20]

Metode uji validitas ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total item. Skor total item dengan penjumlahan dari keseluruhan item. Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan *SPSS Statistic* dengan kriteria berikut:

Jika r hitung > r tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Jika r hitung < r tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

[20]Duwi Prayatno, *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat*, (Yogyakarta: Medikom, 2011), hlm. 24

b. Uji Reliabilitas

Menurut Duwi, reliabilitas merupakan tingkat kehandalan suatu instrumen penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.[21]

Pengujian dilakukan dengan menggunakan *SPSS Statistics*. Butir pertanyaan sudah dinyatakan valid dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

Jika r alpha > r tabel, maka pertanyaan reliable.

Jika r alpha < r tabel, maka pertanyaan tidak reliable.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal.[22] Dalam melakukan uji normalitas dapat menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* yang dipadukan dengan kurva *P-Plots*. Kriteria pengambilankeputusan dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut:[23]

1. Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas < 0,05 distribusi data adalah tidak normal.

---

[21]*Ibid*, hlm. 24

[22]Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 181

[23]Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hlm. 78

2. Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas > 0,05 distribusi data adalah normal.

b. Uji Multikolinearitas

Persamaan regresi sampel yang ideal harus menghindari adanya multikolinearitas. Multikolinearitas adalah jenis asumsi klasik yang diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas dimana akan diukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan atau pengaruh antar variabel bebas tersebut.[24]

Pengujian terhadap multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas itu saling berkorelasi. Jika hal ini terjadi maka sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, jika *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinearitas.[25]

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas. Sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.[26]

---

[24]Ali Mauludi, *Teknik Belajar Staistika 2*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2016), hlm. 197
[25]Ahmad Tanzeh,*MetodePenelitianPraktis...*, hlm. 79
[26]Husein Umar, *Metode Penelitian...*, hlm. 179

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model, dapat dilihar dari pola gambar *scatterplot* model tersebut.[27] Tidak terdapat heteroskedastisitas apabila:

1. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.
2. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0.
3. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, variabel dependen dipengaruhi oleh tiga variabel independen. Maka untuk menguji atau melakukan estimasi dari suatu permasalahan yang terdiri lebih dari satunvariabel independen, alat analisis yang digunakan adalahregresi linier berganda. Persamaan umum regresi linier berganda adalah:

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e}$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Loyalitas Konsumen)
$\mathbf{X_1}$ = Variabel independen (Kualitas Pelayanan)
$\mathbf{X_2}$= Variabel independen (Citra Perusahaan)
$\mathbf{X_3}$=Variabel independen (Kepuasan Konsumen)
a = Nilai konstanta
$\mathbf{b_1}$ = Koefisien 1
$\mathbf{b_2}$= Koefisien 2
$\mathbf{b_3}$=Koefisien 3
e = Nilai error

[27]Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...*, hlm. 79

5. Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini apakah berpengaruh terhadap variabel dependen, maka digunakan beberapa pengujian yaitu uji-T dan uji-F.

a. Uji T (T-test)

Untuk mengetahui apakah pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Citra Perusahaan (X_2), Kepuasan Konsumen (X_3), Loyalitas Konsumen (Y) signifikan atau tidak. Kriteria pengujian yang digunakan yaitu:

1. Apabila t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, danKepuasan Konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Blitar.
2. Apabila t_{hitung}lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya masing-masing variabelKualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, danKepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Blitar.

b. Uji F (F-test)

F-test digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, danKepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Blitar.

1. Apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka keputusannya menerima H_0, artinya variabel Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Konsumen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Blitar.
2. Apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka keputusannya menolak H_0 dan menerima H_a, artinya variabelKualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Konsumen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Blitar.

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara dua variabel. Nilai koefisien dari determinasi menunjukkan persentase variasi nilai variabel yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang dihasilkan. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara 0 dan 1. Apabila nilai R^2kecil maka kemampuan variabel independen Kualitas Pelayanan (X_1), Citra Perusahaan (X_2), Kepuasan Konsumen (X_3) dalam menjelaskan variabel dependen Loyalitas Konsumen (Y) sangat terbatas. Uji determinasi dilakukan untuk melihat besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Blitar.