

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah salah satu cara yang dipakai supaya dapat memberikan tanggapan dari pertanyaan-pertanyaan pada tujuan penelitian yang berhubungan dengan variabel (Siregar, 2022). Penelitian ini menggunakan desain penelitian *eksplanatory*, menurut Salsabila (2022) *eksplanatory* ialah metode penelitian yang memiliki tujuan untuk menjelaskan atau memaparkan hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain dan menjelaskan kedudukan posisi variabel yang diteliti.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Ksatriyani (2019) penelitian kuantitatif merupakan suatu proses atau cara dalam menemukan pengetahuan atau jawaban yang menggunakan data dalam bentuk angka. Penelitian kuantitatif yaitu salah satu alat yang digunakan untuk menemukan keterangan mengenai apa yang sudah diketahui. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data sekunder dan data primer. Data primer yaitu data yang bisa didapatkan melalui sumber pertama, yang pengumpulannya dapat dilakukan secara langsung oleh peneliti, contohnya adalah hasil pengisian kuesioner. Kemudian data sekunder adalah didapatkan melalui sumber kedua seperti buku dan jurnal dari *googlescholar* maupun jurnal internasional.

Dimensi waktu yang digunakan dalam penelitian ini tergolong atau masuk dalam kategori penelitian *cross-sectional*. Jenis dimensi waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cross-sectional* karena untuk informasi atau data yang dibutuhkan dirasa cukup hanya dalam satu waktu dan pengambilan data cukup melalui penyebaran kuesioner.

Penelitian ini menggunakan unit analisis individu, karena yang diteliti adalah berupa konsumen J&T. Penelitian ini menggunakan pengukuran *second order* dan *first order* karena pada setiap variabel menggunakan dimensi atau indikator. Menggunakan *second order* karena dalam setiap variabel terdapat dimensi yaitu pada variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Kemudian, menggunakan *first order* karena pada variabel ketepatan waktu terdapat indikator dalam variabelnya.

## 2.2 Objek dan Waktu Penelitian

### 1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pengguna jasa pengiriman J&T Express di Indonesia.

### 2. Waktu Penelitian

**Tabel 3.1 Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	2023					
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Bab 1						
2	Bab 2						
3	Bab 3						
4	Seminar Proposal						

5	Revisian Pasca Seminar Proposal						
6	Penelitian						
7	Bab IV – V						
8	Sidang Skripsi						

### 2.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan variabel sebanyak 4 yaitu, 2 variabel independen, 1 variabel mediasi, dan 1 variabel dependen. Variabel independen yang digunakan adalah kualitas layanan dan ketepatan waktu pengiriman. Dengan variabel mediasinya kepercayaan pelanggan. Sedangkan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Menurut Sugiyono (2013) definisi operasional dalam variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
1	Kualitas Layanan	Kualitas layanan ( <i>Service quality</i> ) merupakan kelebihan produk layanan perusahaan yang diberikan kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga terdapat kepuasan pada pelanggan. (Uzir et al., 2021)	<ol style="list-style-type: none"> <li><i>Assurance</i> (Jaminan)</li> <li><i>Empathy</i> (Empati)</li> <li><i>Tangible</i> (Keandalan)</li> <li><i>Responsive</i> (Daya Tanggap)</li> <li><i>Reliability</i> (Berwujud) (Uzir et al., 2021)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Jaminan kerusakan</li> <li>Pengalaman</li> <li>Ketrampilan</li> <li>Pengetahuan</li> <li>Kemudahan berkomunikasi.</li> <li>Mengutamakan pelanggan.</li> <li>Melayani pelanggan.</li> <li>Memberikan kenyamanan.</li> <li>Kurir sopan dan rapi.</li> <li>Kemudahan akses informasi.</li> <li>Kemudahan alat dan perangkat.</li> <li>Karyawan terkoordinasi.</li> <li>Kenyamanan ruang tunggu.</li> <li>Bertanggungjawab pada konsumen.</li> <li>Kesediaan dalam membantu.</li> <li>Pengiriman cepat.</li> <li>Memperhatikan pelanggan.</li> <li>Jangkauan luas.</li> <li>Dilakukan pada hari libur.</li> <li>Pengiriman dilakukan dengan cepat.</li> <li>Menjaga rahasia.</li> <li>Menyimpanan catatan pengiriman.</li> </ol>	Likert

2	Ketepatan Waktu	Ketepatan waktu adalah kemampuan perusahaan melakukan pengiriman dengan jangka waktu pelanggan melakukan pemesanan hingga produk tersebut sampai di pelanggan. (Eviani & Hidayat, 2021)	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Ketepatan dalam jasa pengiriman barang.</li> <li>b. Ketepatan dalam menentukan waktu.</li> <li>c. Ketepatan dalam menentukan harga.</li> </ul> (Eviani & Hidayat, 2021)	Likert
3	Kepercayaan	Kepercayaan adalah ekspektasi konsumen jika penyedia produk maupun jasa dapat dipercaya atau diandalkan sehingga janjinya dapat terpenuhi. (Kolonio & Soepeno, 2019)	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Benevolence</i> (Kesungguhan)</li> <li>2. <i>Ability</i> (Kemampuan)</li> <li>3. <i>Integrity</i> (Integritas)</li> <li>4. <i>Willingness to depend</i> (Kesediaan untuk bergantung) (HR et al., 2020)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mengutamakan kepentingan.</li> <li>b. Memberikan kenyamanan bagi pelanggannya.</li> <li>c. Memberikan keamanan kepada pelanggannya.</li> <li>a. Mampu menyelesaikan keluhan pelanggan.</li> <li>b. Memberikan apa yang dijanjikan.</li> <li>c. Mengirimkan barang dengan tepat waktu karena sudah memiliki pengalaman.</li> <li>a. Harapan pelanggan terpenuhi.</li> <li>b. Informasi terbuka bagi pelanggan.</li> <li>c. Selalu menjaga reputasi.</li> <li>a. Dapat diandalkan.</li> <li>b. Menerima resiko dari pelayanan.</li> </ul>	Likert

4	Kepuasan Pelanggan	Kepuasan pelanggan ialah seluruh sikap yang ditunjukkan oleh konsumen setelah mereka memperoleh dan menggunakan barang atau jasa tersebut. (Annisa, 2021)	<p>1. Kesesuaian harapan terhadap kinerja</p> <p>2. Minat berkunjung Kembali</p> <p>3. Kesiediaan merekomendasi (Uzir et al., 2021)</p>	<p>a. Personel pengiriman melebihi ekspektasi konsumen.</p> <p>b. Harapan pengiriman tepat waktu.</p> <p>c. Harapan keamanan barang.</p> <p>a. Tidak berpindah ke jasa lain.</p> <p>b. Konsumen berminat melakukan penggunaan kembali.</p> <p>c. konsumen selalu memanfaatkan jasa pengiriman.</p> <p>a. Konsumen bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain.</p> <p>b. Konsumen bersedia memberitahukan hal-hal yang positif kepada orang lain.</p> <p>c. Merekomendasikan untuk menjadi pilihan utama.</p>	Likert
---	--------------------	---	---	---	--------

## 2.1 Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Eviani & Hidayat (2021) populasi merupakan daerah generalisasi yang berisi baik subjek ataupun objek kuantitas yang dimiliki serta ciri terbatas yang sudah ditetapkan oleh seorang peneliti untuk diteliti dan setelah itu menarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan populasi dari seluruh konsumen di Indonesia yang pernah menggunakan jasa pengiriman barangnya dan penerimaan barangnya melalui J&T Express.

### 2. Sampel

Menurut Eviani & Hidayat (2021) sampel adalah objek yang akan menjadi responden dalam riset yang diteliti serta diduga mewakili seluruh populasi. Metode pengambilan sampel yang dipakai pada penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Non-Probability Sampling* merupakan metode pengambilan sampel dengan tidak memberikan sedikitpun peluang ataupun kesempatan yang sama untuk tiap anggota populasi yang dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013).

Menurut Kolonio & Soepeno (2019) teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Beberapa karakteristik yang perlu diperhatikan untuk sampel yang akan diteliti nantinya merupakan konsumen J&T Express yang sudah pernah setidaknya sekali dalam menggunakan

jasa layanannya. Jumlah responden yang akan digunakan pada penelitian ini minimal 200. Hal ini berlandaskan pada pendapat Hair et al (2021) bahwa dalam pendugaan parameter SEM ukuran sampel yang direkomendasikan berkisar minimal 100- 300.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan buku Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa teknik pengumpulan data ialah tujuan utama yang ada dalam penelitian karena untuk mendapatkan sejumlah data dapat melalui berbagai sumber dan berbagai cara. Pada penelitian ini sumber data yang digunakan adalah dari kuesioner, *online survey* dan *google form*. Kuesioner yang dibagikan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2013) skala likert dapat dipakai sebagai alat pengukuran perilaku, asumsi, dan pandangan tiap individu maupun sekelompok individu mengenai masalah sosial. Interval skala likert yang digunakan adalah 1 sampai 5. Berikut Pemberian Skor untuk jawaban kuesioner:

**Tabel 3.3 Pengukuran Skala Likert**

Keterangan	SS	S	RG	TS	STS
Nilai	5	4	3	2	1

Keterangan:

- a. SS : Sangat Setuju
- b. S : Setuju
- c. RG : Netral
- d. TS : Tidak Setuju
- e. STS : Sangat Tidak Setuju

### 3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode PLS (*Partial Least Squares*) dengan perangkat lunak SmartPLS versi 3. PLS adalah salah satu dari metode untuk menyelesaikan SEM (*Structural Equation Modeling*) karena jika dibandingkan dengan teknik SEM lainnya, PLS ini lebih efisien. SEM (*Structural Equation Modeling*) memiliki tingkatan fleksibilitas yang tinggi dalam menggabungkan teori dan data, dan dapat digunakan sebagai analisis jalur terhadap variabel tersembunyi, sehingga SEM PLS paling sering digunakan oleh para peneliti dalam bidang ilmu sosial. Penggunaan PLS dalam penelitian ini karena salah satu variabel penelitian menggunakan variabel mediasi dan pengukuran menggunakan *first order* dan *second order* (Sholihin & Ratmono, 2013).

PLS (*Partial Least Squares*) tidak didasarkan pada banyak asumsi sehingga merupakan metode analisis yang cukup baik ataupun ampuh dalam menganalisis. Data yang ada tidak diharuskan mengikuti distribusi normal Multivariant dan sampel tidak harus berjumlah besar Pering (2021) PLS dapat juga digunakan dalam pembuktian teori sehingga lebih cocok digunakan pada penelitian untuk menganalisis data berdasarkan perkiraan PLS. Selain dapat mengkonfirmasi atau membuktikan teori, PLS (*Partial Least Squares*) juga bisa digunakan sebagai alat dalam menjelaskan hubungan antar variabel laten ada keterkaitan atau tidak. PLS secara bersamaan dapat digunakan untuk menganalisis struktur yang dibentuk oleh indikator formasional dan refleksif (Sholihin & Ratmono, 2013).

Penentuan penggunaan PLS (*Partial Least Squares*) berdasarkan dengan beberapa alasan yaitu terdapat 4 variabel laten yang dibentuk oleh indikator reflektif yang diukur dengan menggunakan metode *second-order factor* dan *first-order factor* reflektif dalam penelitian ini. Analisis *second-order factor* merupakan suatu variabel laten yang memiliki beberapa indikator dimana indikator yang dimiliki tersebut secara langsung tidak dapat diukur. Akan tetapi, indikator tersebut dapat diukur melalui variabel laten yang lain. Meskipun pendekatan ini mereplikasi beberapa indikator variabel, akan tetapi memiliki kelebihan yaitu model dapat diestimasi menggunakan algoritma PLS standar (Sholihin & Ratmono, 2013). Sedangkan, analisis *first-order factor* merupakan suatu variabel laten yang dapat diukur secara langsung berdasarkan beberapa indikator.

## **1. Uji Instrumen Penelitian**

### **a. Uji Validitas**

Uji validitas dipakai pada semua item pertanyaan pada setiap variabel dan digunakan sebagai penilaian apakah kuesioner yang dibuat sesuai atau valid. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaannya mengungkapkan apa yang akan diukur oleh kuesioner. Tahapan untuk pengujian yang akan dilakukan melewati beberapa uji validitas yaitu validitas muka, validitas konvergen dan validitas diskriminatif.

### 1) Validitas Muka

*Face Validity* (Validitas muka) merupakan uji validitas yang didasarkan dengan penilaian secara sepintas mengenai isi dari alat ukur, sehingga *Face Validity* merupakan salah satu dari jenis validitas yang paling rendah tingkat signifikasinya. Validitas muka dapat dikatakan sudah terpenuhi ketika isi dari alat ukur sudah diketahui sesuai dengan apa yang akan diukur. *Face Validity* (Validitas muka) diuji menggunakan penilaian para ahli. Sedangkan, penilaian validitas muka dalam penelitian ini adalah oleh dosen pembimbing.

### 2) Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Pada pengukuran konvergen ini digunakan untuk membuktikan apakah pada tiap item pertanyaan dapat mengukur atau menguji kesamaan dalam dimensi atau indikator tiap variabel. Validitas konvergen, yaitu sejauh mana konstruk menyatu dalam indikatornya dengan menjelaskan varian item. Validitas konvergen dinilai oleh *average variance extracted* (AVE) pada semua unit yang berkaitan dengan konstruk yang diukur secara reflektif dan juga disebut sebagai komunalitas (Hair et al., 2021). Oleh sebab itu, hanya ada beberapa jenis pertanyaan yang tinggi tingkat signifikasinya, untuk mengukur item pertanyaan

dalam variabel penelitian adalah dengan lebih besar dari dua kali standard error. Validitas konvergen dikatakan dapat terpenuhi apabila nilai AVE pada tiap variabel  $\geq 0,5$  (Sholihin & Ratmono, 2013).

### 3) Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

*Discriminant Validity* (Uji validitas) diskriminan ini memaparkan apakah ada perbedaan diantara dua variabel. Dikatakan terpenuhi pada uji validitas diskriminan apabila variabel tersebut memiliki nilai korelasi yang lebih besar dengan variabel itu sendiri daripada semua variabel yang lain. Adapun untuk melakukan uji validitas diskriminan dapat dilihat atau diamati dengan cara lain yaitu pada nilai *cross-loading*, jika nilai dari *cross-loading* di masing-masing jenis pernyataan pada variabel itu diketahui lebih besar daripada nilai korelasi pada tiap item pernyataan dengan variabel yang lain maka memiliki diskriminan yang memadai (Sholihin & Ratmono, 2013).

#### b. Uji Reliabilitas

Model pengukuran pada penelitian ini juga dilakukan melalui uji reliabilitas. Karena tidak hanya melihat dari hasil nilai factor loading konstruk sebagai uji validitas. Uji reliabilitas merupakan rangkaian atau susunan pengujian yang digunakan untuk mengukur dan menilai kekuatan dari semua jenis

pernyataan. Dapat juga digunakan untuk mengukur atau menilai konsistensi atau ketetapan alat ukur. Alat ukur ini nantinya digunakan untuk mengukur suatu rancangan atau tingkat kekonsistenan responden dalam menjawab jumlah pernyataan pada instrumen penelitian atau kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan *composite reliability*, yang mana dapat dikatakan reliabel apabila nilai *composite reliability* sebesar  $\geq 0,7$  (Sholihin & Ratmono, 2013).

**c. *R-Square***

Koefisien determinasi (*R-Square*) merupakan cara untuk menilai berapa persen pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen. Semakin tinggi *R-square* maka dikatakan menunjukkan model yang baik (Sholihin & Ratmono, 2013).

**d. Pengujian pengaruh langsung dengan SEM**

Analisis SEM dengan menggunakan *Smart PLS* dapat digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis. Selain SEM dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, SEM juga bermanfaat untuk menjelaskan atau menelaah bahwa antara variabel laten itu memiliki hubungan atau tidak. Pengujian pada hipotesis dapat dilakukan dengan melihat pada nilai perhitungan *Path Coefisien* yang terdapat pada pengujian inner model kemudian dibandingkan dengan hipotesis pada penelitian.

Hipotesis dapat dikatakan terbukti atau diterima jika *p-value* mempunyai nilai  $< 0,05$  (Sholihin & Ratmono, 2013).

#### e. Pengujian pengaruh mediasi dengan SEM

Pengujian hipotesis H3 pada variabel kualitas layanan terhadap variabel kepercayaan pelanggan dilakukan menggunakan pengujian pengaruh mediasi. Dalam analisis ini akan dilihat tingginya koefisien pengaruh baik langsung dan tidak. Pengujian melalui mediasi untuk menggali lebih dalam apakah variabel mediasi berhasil memediasi pengaruh variabel independen terhadap dependen atau tidak, dapat uraikan pada *output Indirect Effect*, jika angka *P-value* kurang dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi (Sholihin & Ratmono, 2013).

Pengujian pengaruh mediasi dengan menggunakan SEM ini juga dapat dilakukan dengan cara menghitung *Variance Accounted For* (VAF). Jika nilai VAF kurang dari 20% maka tidak ada efek mediasi, ketika VAF bernilai 20% - 80% maka dikategorikan sebagai pemediasi parsial. Jika nilai VAF diatas 80% maka menunjukkan pemediasi penuh (*full mediation*) (Sholihin & Ratmono, 2013).

VAF dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$VAF = \frac{P_{12} \times P_{23}}{(P_{12} \times P_{23}) + P_{13}}$$

## Keterangan:

- P12 x P23 = Pengaruh tidak langsung eksogen melalui pemediasi
- P12 = Pengaruh langsung variabel independen terhadap pemediasi
- P23 = Pengaruh langsung pemediasi terhadap variabel dependen
- P13 = Pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen sebelum variabel pemediasi dimasukkan