

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian yang digunakan yakni kuantitatif merupakan akibat atau dampak yang ternilai, mengamati dan meninjau dengan data yang berbentuk angka dan analisisnya menggunakan statistik (Adlani, 2021). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua sumber data yakni data primer dan sekunder, dimana data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung sedangkan data sekunder yaitu data yang didapatkan secara tidak langsung dan diperoleh melalui internet, buku, jurnal dan lain sebagainya.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Dilaksanakan di PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta yang terletak di Jl. Panembahan Senopati No.2, Prawirodirjan, Kec. Gondomanan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.

3.2.2 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2022					
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Bab I	■	■				
2	Bab II	■	■				
3	Bab III	■	■				
4	Seminar Proposal			■			
5	Revisian Pasca Seminar Proposal			■			
6	Penelitian			■	■		
7	Bab IV-V					■	
8	Sidang Skripsi						■

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Merupakan penjelasan yang nyata dan akurat serta dapat diukur untuk mendefinisikan kegiatan sebagai alat ukur variabel.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Operasional Variabel Penelitian	Indikator	Skala Pengukuran
1	Kualitas Pelayanan (X_1)	Kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan dalam memuaskan dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan produk dan jasa yang mereka miliki.	<i>Reliability</i> <i>Responsiveness</i> <i>Assurance</i> <i>Empathy</i> <i>Tangibles</i>	Ordinal
2	Kualitas Produk (X_2)	Merupakan kemampuan suatu produk atau jasa berdasar kemampuan dan manfaatnya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang menggunakannya.	<i>Performance</i> <i>features</i> <i>reliability</i>	Ordinal
3	Loyalitas Pelanggan (Y)	Merupakan kesetiaan masyarakat dalam menggunakan barang atau jasa secara berkelanjutan dan merekomendasikan ke orang lain	<i>Repeat</i> <i>Referral</i>	Ordinal

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Adlani, 2021), merupakan semua objek penelitian yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil hasilnya. Populasi tidak hanya sekedar seberapa banyak total yang diperoleh dalam objek dan subjek yang diteliti akan tetapi terdiri dari seluruh manfaat dan karakter yang dimiliki oleh subjek dan objek tertentu. Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu pelanggan yang memakai jasa PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta dengan total 108.000 pelanggan per 3 tahun terakhir 2019 hingga 2021.

3.4.2 Sampel

Menurut (Adlani, 2021), sampel merupakan faktor dari karakter yang dimiliki oleh populasi. Pada penelitian ini teknik untuk mengambil sampel menggunakan aksidental dimana ketika peneliti bertemu dengan siapapun dengan ketidaksengajaan dan dirasa memenuhi kriteria bisa digunakan sebagai sampel karena teknik ini merupakan pemilihan sampel berdasar kebetulan.

Penentuan jumlah sampel bisa dilakukan dengan rumus Slovin, rumus ini dipakai dalam memutuskan ukuran sampel dan populasi yang sudah didapat. Dan tingkat presisi untuk menentukan sampel yakni 10% karena populasinya dalam jumlah besar serta adanya keterbatasan waktu dan biaya.

Rumus Slovin :

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

Dimana :

- n : Ukuran Sampel
- N : Ukuran Populasi
- e : Kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat di tolerir kemudian dikuadratkan.

Berdasarkan rumus diatas jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini:

$$n = \frac{108.000}{1 + 108.000 (0,1)^2} = 99,90$$

Total responden yang didapat sejumlah 99,90 dan dibulatkan jadi 100 responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Teknik yang dipakai dalam penelitian ini yaitu kuesioner (angket) menurut (Adlani, 2021), adalah metode pengumpulan data dengan menyodorkan beberapa runtutan pertanyaan terbuka atau tertutup dalam bentuk tertulis terhadap responden secara langsung atau melalui media internet. Kuesioner dirasa lebih efektif dan efisien bagi peneliti untuk mengetahui secara pasti variabel yang bakal diukur. Selain itu kuesioner juga pas digunakan dengan total responden yang cukup besar.

Tabel 3.2 Pengukuran Skala Ordinal Pernyataan Positif

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

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif Data

Dalam analisis ini menjelaskan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan dan diolah sebelumnya oleh peneliti untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan era pandemi covid-19 pada PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta.

Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan 100 angket ke pelanggan PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta secara *offline* dan *online*.

3.6.2 Uji Validitas

Menurut (Adlani, 2021), uji validitas adalah berkas yang memperlihatkan alat ukur yang benar-benar mengukur apa yang ditaksir. Validitas ini memunculkan ketepatan instrumen, untuk melihat apakah survei itu sah,

sehingga harus dicoba dengan uji korelasi antara skor (nilai) pada setiap pertanyaan dengan total skor kuesioner tersebut.

Untuk melihat apakah pertanyaan tersebut valid atau tidaknya, dapat diselesaikan dengan nilai sig atau nilai *pearson coleration* yang diperoleh dari nilai yang sangat besar atau signifikan. Jika nilai signifikan adalah $<0,1$ maka pertanyaannya valid, tetapi jika nilai terbesarnya $> 0,1$, maka pertanyaannya tidak valid. Berlandaskan nilai *pearson coleration*, jika *pearson coleration* $>r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut valid, tetapi jika *pearson correlation* $<r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut tidak valid.

3.6.3 Uji Reabilitas

Reabilitas adalah ketepatan pengukuran dengan apa yang ditaksir, sehingga alat ukur dapat diandalkan dan kredibel. Uji reabilitas diharapkan dapat mengukur seberapa jauh alat ukur tersebut dapat diandalkan dan kredibel. Instrumen survei dapat dinyatakan solid dengan asumsi *Cronbach alpha* bernilai $> 0,6$

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Merupakan kebutuhan logis, dimana sebelum menguji hipotesis, tes yang berbeda harus diselesaikan lebih dulu. Uji asumsi klasik dipakai untuk memutuskan apakah penyelidikan informasi dalam pengujian hipotesis bisa dilanjutkan atau tidak. Dalam uji asumsi klasik diantaranya terdapat :

a. Uji Normalitas

Merupakan pengujian yang dipakai untuk menghitung distribusi terhadap data dalam penelitian bersifat normal atau tidak. Pengujian

dilakukan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Sementara kriteria yang dipakai yaitu dengan mengamati nilai signifikansinya, apabila signifikansi lebih besar dari nilai *alpha* (0,1) maka data berdistribusi normal, namun jika nilai signifikansi kurang dari nilai *alpha* (0,1) maka data berdistribusi tidak normal (Alfiyah, 2021).

b. Uji Multikolinieritas

Bermaksud untuk melihat ada tidaknya korelasi antar variabel independent dalam model regresi. Bisa dikatakan model regresi yang baik apabila tidak ada korelasi antar variabel independent. Untuk membedakan ada tidaknya multikolinieritas yakni menggunakan VIF (*Variance Inflation Factor*) yang melibatkan SPSS untuk estimasi. Jika nilai VIF lebih dari 10.00 maka terdapat masalah multikolinieritas dan sebaliknya (Alfiyah, 2021).

c. Uji Heteroskedastisitas

Dilakukan untuk memutuskan apakah ada penyimpangan. Dimana model regresi yang baik tidak akan ada masalah heteroskedastisitas. Jika model regresi mengalami perbedaan atau penyimpangan maka terdapat masalah heteroskedastisitas. Untuk menguji ada tidaknya masalah heteroskedastisitas, model yang digunakan adalah uji Spearman's Rho. Apabila nilai signifikansi variabel independent lebih besar dari tingkat kepercayaan (0,1) atau maka tidak ada masalah heteroskedastisitas begitu pula sebaliknya (Adlani, 2021).

3.6.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Merupakan model persamaan linear beserta variabel independent yang melebihi satu. Analisis ini bermaksud untuk memeriksa hipotesis mengenai hubungan antara dua variabel independent atau lebih secara simultan. Analisis ini dipakai untuk mendapati (X_1) dan (X_2) terhadap (Y). Dibawah ini bentuk persamaannya :

$$Y = \alpha + b^1 X^1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Loyalitas Pelanggan

a : Nilai Konstan

b : Koefisien Regresi

e : Standar Error

X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Kualitas Produk

Hasil regresi yang didapatkan selanjutnya dilaksanakan pengecekan untuk memahami bagaimana nilai koefisien regresi yang didapatkan berpengaruh secara signifikan atau tidak, secara simultan maupun simultan serta mengetahui berapa besar pengaruhnya (Rosyadi, 2020).

3.6.6 Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk menentukan keahlian model dalam menjelaskan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Dengan

asumsi nilai antara 0 sampai dengan 1. Apabila nilai semakin besar berarti semakin besar pula variabel independent dalam menjelaskan variabel dependent. Sebaliknya jika nilai kecil berarti kemampuan variabel independent terbatas untuk menjelaskan variasi variabel dependent (Alfiyah, 2021)

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji T_{hitung})

(Sahputra, 2018) dipakai untuk menganalisis berapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent.

Sehingga dilakukan uji T formulasi hipotesis yang dilakukan yakni :

- 1) Jika nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka hipotesis ditolak, hal ini berarti variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependent.
- 2) Jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka hipotesis diterima, hal ini berarti variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent.

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F_{hitung})

(Simanullang, 2018), digunakan untuk memutuskan apakah secara simultan atau bersama-sama variabel independent memiliki dampak positif dan signifikan terhadap variabel dependent. Nilai F_{hitung} dibandingkan terhadap nilai F_{tabel} .

Berikut standar pengambilan keputusan yakni :

- 1) Hipotesis diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$
- 2) Hipotesis ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$