

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Lumajang, dengan objek Penelitian di PT. Pos Indonesia (Persero) Lumajang. Waktu penelitian yang direncanakan yaitu selama 2 minggu atau selama 14 Hari, dimulai dari tanggal 3 Maret 2025 sampai dengan 16 Maret 2025.

B. Metode dan Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2021:13) penafsiran metode kuantitatif, yang berasal dari filsafat positivism, digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan alat penelitian, dan menganalisis data secara kuantitatif atau statistic dengan tujuan menguji hipotesis yang telah dibuat.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dengan pendekatan kausal. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis hubungan kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Desain penelitian ini berupa *survey cross-sectional* yang mana data dikumpulkan pada waktu tertentu dengan menyebarkan kuesioner.

Desain penelitian *survey cross- sectional* menurut Sugiyono (2017) adalah metodologi yang menggunakan kumpulan data dari populasi atau sampel pada waktu tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel, baik hubungan kausal, maupun hubungan korelasional, sesuai dengan informasi yang didapatkan dari responden pada waktu tertentu.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019:62) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa di PT. Pos Indonesia (Persero) Lumajang selama bulan Maret 2025 yang tidak diketahui jumlahnya.

2. Sampel

Ridwan (2018:61) mengemukakan sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki keadaan atau karakteristik tertentu yang akan diteliti. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*.

Pengambilan sampel ditentukan dengan menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan jika peneliti mempunyai pertimbangan – pertimbangan tertentu di dalam pengambilan sampel atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu (Ridwan, 2018:63). Kriteria yang telah ditetapkan sebagai berikut:

- a) Pelanggan pengguna jasa PT. Pos Indonesia (Persero) Lumajang minimal 2 kali sudah menggunakan.
- b) Pelanggan yang berdomisili di Lumajang
- c) Usia minimal 18 tahun dan maksimal 50 tahun
- d) Bersedia mengisi kuesioner dengan valid dan lengkap. Responden yang tidak bersedia atau tidak dapat memberikan jawaban yang valid dikeluarkan dari sampel.

Selain itu untuk penyebaran kuesioner menggunakan *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi objek penelitian (Sugiyono, 2019)

Pengambilan ukuran sampel menggunakan rumus yang dikembangkan oleh Stanley Lemeshow. Rumus *Lemeshow* merupakan metode statistik yang digunakan untuk menghitung ukuran sampel dalam penelitian yang menggunakan data kategorikal, seperti survei atau studi yang melibatkan variabel dengan dua kategori (misalnya: iya/tidak, sukses/gagal,). Rumus ini cocok digunakan untuk penelitian yang populasinya besar atau tidak diketahui dengan pasti. Berikut rumus *Lemeshow* untuk menghitung ukuran sampel:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

Di mana:

n = ukuran sampel

Z = nilai Z-score sesuai tingkat kepercayaan (1,96 untuk 95% tingkat kepercayaan)

P = prevalensi (perkiraan proporsi kejadian dalam populasi, diasumsikan 0,5 jika tidak diketahui)

d = margin of error (batas kesalahan yang dapat diterima, misalnya 0,10 untuk 10%)

Perhitungan pengambilan sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Tingkat kepercayaan (Z) = 90% (1,645)

2. Prevalensi (P) = 0,5

3. Margin of error d = 0,10 atau 10%

$$n = \frac{1,645^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{2,706025 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,67650625}{0,01} = 67,650625$$

Jadi jumlah sampel yang dibutuhkan sebanyak 68 (hasil pembulatan dari hasil perhitungan).

D. Prosedur Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian memerlukan beberapa persiapan diantaranya:

1. Tahapan persiapan

- a) Menyusun kerangka penelitian dan merancang kuesioner yang akan disebarkan ke responden penelitian.
- b) Melakukan uji validitas dan uji reliabilitas pada instrumen penelitian.

2. Pengumpulan data dengan mendistribusikan kuesioner penelitian ke para responden penelitian yaitu para pengguna jasa pengiriman barang PT. Pos Indonesia (Persero) Lumajang yang memenuhi syarat sampel.
3. Menganalisa data yang dihasilkan dari penyebaran kuesioner menggunakan Smart PLS untuk menguji hubungan antar variabel.

E. Teknik Pengumpulan Data

Mengumpulkan data primer dengan menggunakan kuesioner terstruktur yang disusun berdasarkan indikator pada setiap variabel. Dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5, Dimana 1 menunjukkan pernyataan sangat tidak setuju dan 5 menunjukkan pernyataan sangat setuju.

Skala likert digunakan untuk mengembangkan instrumen yang digunakan untuk mengukur sikap persepsi dan pendapat seseorang atau kelompok terhadap potensi dan permasalahan suatu objek, rancangan produk, proses pembuatan produk, dan produk yang telah dikembangkan atau diciptakan.

Bentuk skala *likert* menurut Sugiyono (2019:166) sebagai berikut:

- | | |
|--|---|
| 1. Setuju/selalu/sangat positif diberi skor | 5 |
| 2. Setuju/sering/positif diberi skor | 4 |
| 3. Ragu – ragu/kadang-kadang/netral diberi skor | 3 |
| 4. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative diberi skor | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju/tidak pernah/diberi skor | 1 |

F. Instrumen Penelitian

Tabel 3.1 Instrumen penelitian

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
Kualitas Pelayanan (X1)	Keandalan (<i>Reliability</i>)	Layanan yang saya terima selalu konsisten, sesuai dengan janji yang diberikan, dan penyedia layanan mampu menyelesaikan masalah saya dengan baik	<i>Ordinal</i>	Fandy Tjiptono (2016)
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Penyedia layanan selalu sigap dalam memberikan bantuan, cepat merespons pertanyaan dan keluhan, serta tanggap dalam memahami kesulitan saya.		
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Penyedia layanan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang		

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
Pengalaman Pelanggan (X2)		memadai, memberikan rasa aman dan nyaman, serta berkomitmen untuk memberikan layanan secara maksimal.	Ordinal	Pranoto (2017)
	Empati (<i>Empathy</i>)	Penyedia layanan menunjukkan perhatian dan kepedulian terhadap kebutuhan saya serta mampu memberikan solusi yang tepat untuk permasalahan yang saya hadapi.		
	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	Fasilitas layanan bersih dan terawat, media promosi memberikan informasi yang jelas serta area pelayanan nyaman dan menarik.		
	<i>Sense</i> (Indra)	Tampilan visual layanan sangat menarik, suasana layanan memberikan kesan positif dan kebersihan serta kenyamanan area pelayanan menciptakan pengalaman yang menyenangkan.	Ordinal	Sunnyoto (2018)
	<i>Feel</i> (Emosi)	Saya merasa Bahagia saat menggunakan layanan, puas setelah menggunakan produk atau layanan, dan pelayanan memberikan rasa nyaman serta tenang.		
	Think (Pemikiran)	Produk atau layanan yang saya terima memenuhi kebutuhan dan harapan saya, memberikan manfaat yang jelas, serta memiliki kualitas yang baik.		
	Act (Tindakan)	Saya berencana untuk terus menggunakan, merekomendasikan kepada orang lain, dan menggunakan layanan dari PT. Pos Indonesia (Persero) karena saya puas dengan kualitas layanan yang diberikan		
	Relate (Hubungan Sosial)	Saya merasa dihargai dan diperlakukan dengan ramah oleh penyedia layanan, serta mendapatkan pengalaman yang dipersonalisasi sesuai dengan kebutuhan saya		
	Harapan	Layanan yang saya terima sesuai dengan informasi	Ordinal	Sunnyoto (2018)

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
Kepuasan Pelanggan (M)		yang dijanjikan dan memenuhi harapan saya sebagai pelanggan."		
	Kinerja	Saya puas dengan kinerja layanan yang diberikan karena cepat, tepat, dan efektif dalam memenuhi kebutuhan saya		
	Perbandingan	Saya merasa bahwa layanan ini lebih baik dibandingkan layanan serupa, sebanding dengan biaya yang saya keluarkan, dan memberikan manfaat lebih dibandingkan pengalaman saya sebelumnya		
	Pengalaman	Saya merasa puas dan senang setiap kali menggunakan layanan ini, karena kualitas dan pengalaman yang saya dapatkan sesuai dengan harapan saya.		
	Konfirmasi dan Diskonfirmasi	Layanan yang saya terima selalu sesuai dengan janji yang diberikan, dan penyedia layanan cepat memberikan solusi yang efektif saat saya menghadapi masalah		
Loyalitas Pelanggan (Y)	Pembelian Ulang	Saya berencana untuk terus menggunakan layanan PT. Pos Indonesia (Persero) Lumajang di masa depan karena puas dengan kualitas layanan yang diberikan	Ordinal	Fandy Tjiptono (2019)
	Kebiasaan Mengonsumsi	Saya merasa nyaman dan terbiasa menggunakan layanan PT. Pos Indonesia (Persero) Lumajang secara rutin karena kualitas layanan yang baik dan memenuhi kebutuhan saya		
	Menyukai Merek	Saya menyukai merek PT. Pos Indonesia (Persero) Lumajang sebagai penyedia layanan, karena layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi saya		
	Memilih Merek Secara Konsisten	Saya selalu memilih PT. Pos Indonesia (Persero) Lumajang untuk layanan pengiriman barang karena puas dengan kualitas		

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
		layanan yang diberikan dan lebih mempercayainya dibandingkan dengan penyedia layanan lainnya		
	Keyakinan Terhadap Merek	Saya percaya bahwa layanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) Lumajang selalu berkualitas tinggi, aman, dan memberikan pengalaman yang baik		
	Rekomendasi kepada Orang Lain	Saya dengan senang hati akan merekomendasikan layanan PT. Pos Indonesia (Persero) Lumajang kepada orang lain karena saya puas dengan kualitas layanan yang diberikan		

Sumber: Penelitian terdahulu

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, skala likert diterapkan untuk mengukur variabel yang relevan.

1. Langkah Pertama

a) Evaluasi Model Pengukuran (*outer Model*)

Pengukuran *Outer model* pada SEM PLS merupakan evaluasi hubungan terhadap variabel laten (*construct*) dengan indikatornya (variabel Observasi). *Outer model* memastikan bahwa variabel laten diukur dengan melalui indikator yang valid dan reliabel. Indikator dianggap memiliki reliabilitas yang baik jika nilai *outer loading* di atas 0,70. Namun dalam penelitian yang belum berkembang, nilai *outer loading* antara 0,5 sampai dengan 0,6 masih dapat diterima (Suwono, 2014). Pernyataan ini juga didukung oleh Ghazali (2015) bahwa *outer loading* masih dapat ditolerir hingga 0,5 dan indikator dibawah 0,5 sebaiknya dihapus dari analisis.

b) *Average Variance Extraced* (AVE)

Average Variance Extraced (AVE) adalah ukuran yang digunakan dalam analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menilai validitas konvergen dari sebuah konstruk. Nilai AVE setidaknya 0,5 untuk memenuhi validitas konvergen yang memadai. Berarti konstruk laten mampu menjelaskan lebih dari setengah varian dari indikator secara rata - rata (Ghozali, 2016).

Dengan rumus:

$$AVE = \frac{\sum \text{loading}^2}{n}$$

2. Langkah Kedua

a) *Cross Loading*

Cross Loading digunakan untuk memastikan bahwa indikator lebih terkait dengan konstruk yang diukur dibandingkan dengan konstruk lain. Jika indikator memiliki *loading* yang lebih tinggi pada konstruk lain, maka validitas diskriminan dapat dipertanyakan. Indikator dikatakan valid jika *loading*-nya pada konstruk yang diukur lebih tinggi dibandingkan dengan *loading*-nya pada konstruk lain (Ghozali, 2016)

b) *Fornell-Lacker Criterion*

Kriteria *Fornell-Lacker* menyatakan akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) suatu konstruk harus lebih besar daripada korelasi antar konstruk. Bisa dikatakan akar AVE dari konstruk harus lebih besar dari korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lain dalam model. Jika kondisi ini terpenuhi, maka diskriminan dianggap tercapai. Menurut Ghozali (2016) menjelaskan bahwa kriteria ini digunakan untuk memastikan bahwa konstruk lebih mampu menjelaskan varian indikator – indikatornya sendiri dibandingkan dengan varian yang dibagikan dengan konstruk lain.

Rumus:

$$\sqrt{AVE} > \text{Korelasi Antar Konstruk}$$

c) *Heterotrait- Monotrait Ratio* (HTMT)

Henseler, Ringle, dan Sarstedt (2015) mengusulkan HTMT sebagai metode yang lebih andal untuk menilai validitas diskriminan dibandingkan dengan kriteria *Fornell-Larcker* dan *cross loadings*. HTMT adalah rasio rata – rata korelasi yang sama (monotrait). Nilai HTMT yang lebih dari 0,85 menunjukkan validitas diskriminan yang baik, menandakan bahwa konstruk- konstruk tersebut berbeda satu sama lain.

3. Langkah Ketiga Uji Reliabilitas

a) *Composite Reliability* (CR)

(CR) mengukur reliabilitas sebenarnya dari suatu konstruk dengan mempertingkan kontribusi masing - masing indikator. Berbeda dengan *Cronbach's Alpha* yang mengasumsikan kontribusi indikator yang sama, CR memberikan estimasi yang lebih akurat terhadap konsistensi internal. Nilai CR yang lebih besar dari 0,70 dianggap menunjukkan reliabilitas yang tinggi. Hal ini berarti konstruk tersebut memiliki konsistensi internal yang baik dalam mengukur variabel yang dimaksud. Menurut Hair et al., (2011) nilai CR dapat diterima dan dinyatakan valid apabila setiap variabel memenuhi syarat nilai lebih dari 0,70. Menurut Ghazali & Latan (2015) menyebutkan bahwa variabel laten dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik apabila nilai *composite reliability* lebih dari 0,6.

Rumus:

$$CR = \frac{(\sum \text{loading})^2}{(\sum \text{loading})^2 + \sum (1 - \text{loading}^2)}$$

b) *Cronbach's Alpha*

Cronbach's Alpha merupakan koefisien yang digunakan untuk menilai konsistensi internal dari suatu instrumen penelitian, yaitu seberapa baik item – item instrumen tersebut mengukur konstruk yang sama. Nilai *Cronbach's Alpha* berkisar antara 0 sampai 1 dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan reliabilitas yang lebih baik. Secara umum, nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,7 dianggap menunjukkan reliabilitas yang baik. Hal ini berarti item item dalam instrumen tersebut konsisten dalam mengukur konstruk yang di maksud (BINUS QMC, Sufficient Reliability)

4. Langkah Keempat (*Inner Model*)

a) *R-Square* (R^2)

R-Square (R^2) merupakan koefisien determinasi yang digunakan dalam Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) untuk mengukur seberapa besar variabel

independen mampu menjelaskan variabel dependen dalam model. Menurut Ghazali (2016), interpretasi R^2 adalah sebagai berikut:

- 1) $R^2 > 0,67$: Substansial (kuat)
- 2) $R^2 > 0,33$: Moderat (sedang)
- 3) $R^2 > 0,19$: Lemah

b) Q-Square Predictive Relevance (Q^2)

Mengukur relevansi prediktif. Nilai Q-Square berada dalam rentang $0 < Q^2 < 1$. Dengan model dianggap semakin baik jika nilai Q-Square mendekati 1.

5. Langkah Kelima

a) Pengujian hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini, digunakan model *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan analisis jalur menggunakan program *Partial Least Square* (PLS). model struktural mencakup konstruk laten yang tidak dapat diukur secara langsung namun memiliki hubungan berdasarkan teori. Pengujian ini bertujuan untuk mengestimasi koefisien jalur yang menggambarkan kekuatan hubungan antara variabel independen dan dependen. Analisis struktural dilakukan dengan metode bootstrapping untuk menilai signifikansi hubungan antar variabel laten. Evaluasi model struktural menggunakan nilai R-Square untuk konstruk dependen dan koefisien jalur nilai t untuk menguji signifikansi antar konstruk (Abdillah & Hartono, 2015). Nilai R-Square digunakan sebagai ukuran goodness of fit model (Ghozali, 2014).

Pengujian signifikansi antar variabel dilakukan dengan melihat koefisien parameter dan nilai t-statistik. Koefisien jalur atau inner model digunakan untuk mengukur tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Untuk tingkat signifikansi 5 persen, nilai t-statistik harus lebih dari 1,96 untuk hipotesis dua sisi (two-tailed) dan lebih dari 1,64 untuk hipotesis satu sisi (one-tailed). Pada tingkat signifikansi 1 persen, nilai t-statistik yang diperlukan untuk hipotesis dua sisi adalah lebih dari 2,57 (Hair, Christian, & Sarstedt, 2011).