

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Menurut sumber data atau informasi yang diperoleh dalam kegiatan penelitian, maka jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan sasaran penelitiannya masyarakat, baik masyarakat secara umum maupun masyarakat secara khusus.¹ Tujuan studi kasus adalah melakukan penyelidikan secara mendalam mengenai subyek tertentu untuk memberikan gambaran yang lengkap mengenai subyek tertentu. Lingkup penelitian kemungkinan berkaitan dengan suatu siklus kehidupan atau hanya mencakup bagian tertentu yang difokuskan pada faktor-faktor tertentu atau unsur-unsur dan kejadian secara keseluruhan.² Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi perbandingan *brand image*, *word of mouth*, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa JNE Kudus.

Sedangkan pendekatan penelitian yang dilakukan adalah dengan pendekatan kuantitatif. Yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Penelitian-penelitian dengan pendekatan deduktif yang bertujuan untuk menguji hipotesis merupakan contoh tipe penelitian yang menggunakan paradigma kuantitatif atau penelitian kuantitatif.

Penentuan rancangan suatu penelitian memiliki dua tujuan. Pertama penetapan rancangan penelitian dapat membatasi studi, memperjelas alur penelitian jadi dalam hal ini rancangan akan membatasi bidang penelitian. Kedua penetapan rancangan itu berfungsi untuk memenuhi kriteria inklusi-eksklusi atau memasukan mengeluarkan suatu informasi yang baru diperoleh di lapangan.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian kuantitatif meliputi sumber data primer dan sumber data sekunder.

¹ Toto Syatori dan Nanang Ghozali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 55.

² Indriantoro dan Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen* (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2002), 26.

1. Data Primer

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.³

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari perusahaan atau data yang terjadi di lapangan yang diperoleh dari teknik wawancara khususnya dengan pihak yang berwenang dengan penelitian ini.⁴ Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau alat pengambil data langsung pada sumber obyek sebagai informasi yang dicari. Sumber data primer dapat diperoleh dari observasi dan hasil wawancara langsung dengan pemilik dan pengguna jasa JNE Kudus.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung yang diberikan oleh pihak lain maupun pihak perusahaan. Data sekunder yang digunakan berupa literatur ilmiah dan lainnya seperti buku (perpustakaan), website media internet (media cetak dan elektronik). Sedangkan data sekunder dikumpulkan dari berbagai pusat data yang ada antara lain pusat data di perusahaan atau lembaga yang memiliki pool data. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa data tentang struktur organisasi, proses produksi, sistem pengendalian intern persediaan bahan baku, flowcart, produk perusahaan, dan sejarah perusahaan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah meliputi :

1. Metode Angket

Dalam metode angket didesain dengan menggunakan pada skala likert (*likert scale*), di mana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1). Pengumpulan data dilakukan dengan

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2008), 402.

⁴ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: BPFE Universitas Diponegoro, 2006), 5.

memberikan kuesioner kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁵ Kuesioner didesain dengan pertanyaan terbuka yaitu yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan responden. Sedangkan untuk pertanyaan tertutup merupakan pertanyaan yang berkaitan dengan indikator masing-masing variabel yang meliputi variabel *brand image*, *word of mouth*, kualitas pelayanan, keputusan penggunaan jasa JNE Kudus.

2. Metode Observasi

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.⁶

Dalam penelitian ini jenis observasi yang dilakukan peneliti adalah observasi terus terang atau tersamar. Dalam hal ini peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan. Kemungkinan kalau dilakukan dengan terus terang, maka peneliti tidak akan diijinkan untuk melakukan observasi. Kegiatan observasi yang dilakukan peneliti meliputi pengamatan langsung oleh peneliti dilokasi penelitian yaitu mengamati proses keputusan penggunaan jasa JNE Kudus.

3. Metode Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yang berikutnya adalah metode dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan mengambil data yang telah tercatat atau terdata dalam suatu laporan atau pembukuan. Sehingga peneliti tidak melakukan pengolahan langsung. Data ini berupa gambaran umum, jumlah karyawan, badan hukum, struktur organisasi dan lainnya.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2008), 199.

⁶ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2005), 64.

D. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah objek penelitian di mana kegiatan penelitian dilakukan. Penentuan lokasi dimaksud untuk mempermudah dan memperjelas objek yang menjadi sasaran penelitian, sehingga permasalahan tidak terlalu luas. Tempat penelitian dipilih karena adanya kesediaan penuh dari pihak manajemen untuk bekerjasama dan membantu penulis dengan memberikan data dan informasi penulis butuhkan guna kelancaran penelitian ini. Penelitian ini dilaksanakan pada pengguna jasa JNE Kudus.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁷ Penelitian jenis populasi ini didasarkan alasan bahwa yang akan diuji Pengaruh *Brand image*, *Word of mouth*, dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan jasa JNE Kudus. Adapun populasi penelitian ini adalah keseluruhan pengguna jasa JNE Kudus.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai “wakil” dari para anggota populasi. Sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Ferdinand, bila dalam penelitian yang populasinya tidak diketahui secara pasti, digunakan teknik *sampling* kemudahan. Berdasarkan *sampling* kemudahan ini, peneliti menyeleksi dengan menyaring kuesioner yang ada. Misalnya digunakan ukuran sampel untuk estimasi nilai rerata, maka penghitungan jumlah sampel berdasarkan rumus sebagai berikut:⁸

$$n = \frac{Z^2}{4 + e^2}$$

⁷Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), 102.

⁸ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: BPFE Universitas Diponegoro, 2006), 53.

Keterangan :

- n = ukuran sampel
- Z = Tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, pada $\alpha = 10\%$ (derajat keyakinan ditentukan 90 %) maka $Z = 1,96$
- e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan 10%.

Bila angka-angka itu dimasukkan dalam rumus maka akan dapat mewakili sampel yang ada. Besarnya sampel adalah:

$$n = \frac{1,96^2}{4 + (0,1)^2} = 96,04 \approx 97 \text{ sampel}$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 97 responden. Sampel ini merupakan pengguna jasa JNE Kudus.

F. Tata Variabel Penelitian

Mengingat begitu luasnya permasalahan yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan, agar permasalahan yang diteliti lebih terfokus maka dalam penelitian ini peneliti membatasi permasalahan. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen sebagai berikut :

1. Variabel independen : *brand image*, *word of mouth* dan kualitas pelayanan
2. Variabel dependen : perilaku penggunaan.

G. Definisi Operasional

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Brand image</i> (X1)	Brand Image adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan	a. Jangkauan pengiriman luas b. Pengetahuan layanan c. Kemudahan	<i>Likert</i>

	asosiasinya pada merek tersebut. ⁹	<p><i>tracking</i> barang</p> <p>d. Pengalaman pada jasa pengiriman</p> <p>e. Mengetahui ongkos kirim</p> <p>f. Mengetahui logo jasa</p> <p>g. Jasa pengiriman kepercayaan</p> <p>h. Penilaian akhir pelanggan</p>	
<i>Word of mouth</i> (X2)	Word of Mouth adalah tindakan konsumen memberikan informasi kepada konsumen lain dari seseorang kepada oranglain (antarpribadi) non komersial baik merek, produk, maupun jasa. ¹⁰	<p>a. Kedekatan psikologis</p> <p>b. Kejujuran rekomendasi</p> <p>c. Tindakan setelah pembicaraan</p> <p>d. Daya tarik rekomendasi</p> <p>e. Kepercayaan rekomendasi</p> <p>f. Keahlian pelaku rekomendasi</p> <p>g. Kesamaan persepsi rekomendasi</p> <p>h. Kesamaan demografis</p>	<i>Likert</i>
Kualitas pelayanan (X3)	Kualitas pelayanan adalah kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak	<p>a. Kondisi gedung baik</p> <p>b. Jaminan proses <i>packing</i></p> <p>c. Adanya asuransi</p> <p>d. Ketersediaan sarana pendukung</p>	<i>Likert</i>

⁹ Rika Estika Putri, dkk., "Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Word Of Mouth*, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Penggunaan JNE Cabang Semarang", *Jurnal Manajemen* 2, no. 3 (2015): 3.

¹⁰ Rika Estika Putri, dkk., "Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Word Of Mouth*, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Penggunaan JNE Cabang Semarang", *Jurnal Manajemen* 2, no. 3 (2015): 3.

	mengakibatkan kepemilikan apapun. ¹¹	<ul style="list-style-type: none"> e. Pelayanan cepat dan tanggap f. Pegawai berkomunikasi dengan baik g. Karyawan sopan dan ramah h. Informasi yang jelas i. Pemahaman kebutuhan pelanggan j. Jam operasional konsisten k. Kerapian pegawai l. Tersedianya lahan m. Ruang tunggu memadai n. Ketepatan penerimaan barang o. Karyawan mampu mengatasi keluhan¹² 	
Perilaku penggunaan (Y)	Perilaku penggunaan adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan penggunaan, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia	<ul style="list-style-type: none"> a. Evaluasi pemilihan penggunaan b. Pengambilan keputusan penggunaan c. Evaluasi alternative d. Tingkat kebutuhan pelanggan 	<i>Likert</i>

¹¹ Desak Made Febri Purnama Sari dan Ketut Gede Sri Dwiya, “Strategi Digital Marketing, Word Of Mouth (WOM), Service Quality terhadap Keputusan Pemakaian Jasa GO-JEK” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 3, no. 2 (2018): 191.

¹² Rika Estika Putri, dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Word Of Mouth*, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Penggunaan JNE Cabang Semarang”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 2, no. 3, (2018):6.

	beberapa alternatif pilihan. ¹³	e. Pencarian informasi ¹⁴	
--	--	--------------------------------------	--

H. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Sugiyono dan Wibowo (2004) dalam Agus menjelaskan, instrumen yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Dalam pemahaman ini, sebuah kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan untuk mengukur suatu hal, dikatakan valid jika setiap butir pertanyaan yang menyusun kuesioner tersebut memiliki keterkaitan yang tinggi.¹⁵

Kaidah pengambilan keputusan uji validitas adalah apabila item pertanyaan mempunyai korelasi yang bermakna (*construct validity*) dengan skor total instrumen dengan nilai korelasi lebih dari 0.40 dan atau nilai signifikansi tiap item dibawah 0.05 maka kuesioner dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Uji reliabilitas untuk alternatif jawaban lebih dari dua menggunakan uji *cronbach's alpha*, yang nilainya akan dibandingkan dengan nilai koefisien reliabilitas minimal yang dapat diterima. Reliabilitas kurang dari 0.6 adalah kurang baik, sedangkan 0.7 dapat diterima, dan lebih dari 0.8 adalah baik. Jika nilai *cronbach's alpha* > 0.6, maka instrumen penelitian reliabel. Jika nilai *cronbach's alpha* < 0.6, maka instrumen penelitian tidak reliabel.¹⁶

¹³ Rika Estika Putri, dkk., "Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Word Of Mouth*, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Penggunaan JNE Cabang Semarang", *Jurnal Manajemen* 2, no. 3 (2015): 4.

¹⁴ Rika, dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan", 6.

¹⁵ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS Untuk Pemula* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2007), 88.

¹⁶ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS Untuk Pemula* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2007), 89.

I. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau tidak. Untuk menguji apakah distribusi data itu normal atau tidak dengan menggunakan analisis grafik.¹⁷

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas suatu data adalah dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Demikian dengan hanya melihat histogram ini bisa menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Dikatakan lulus uji normalitas atau data terdistribusi dengan normal jika *normal probability plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.¹⁸ Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *Cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10. Sehingga sebuah penelitian yang baik dan dikatakan lulus uji multikolinieritas, jika hasil output SPSS pada kolom *tolerance* menunjukkan nilai lebih dari 0,10 dan atau nilai *variance inflation factor* (VIF) dibawah angka 10.

3. Uji Heterokedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke

¹⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: BP Undip, 2008), 107.

¹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: BP Undip, 2008), 91.

pengamatan yang lain.¹⁹ Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).

Jika grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dan baik dipakai untuk memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen jika sudah lulus uji heteroskedastisitas. Dikatakan lulus uji heteroskedastisitas jika grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y.

J. Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Model yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah model umum persamaan regresi linier berganda (*Multiple Regression Analysis*) dan pengolahannya menggunakan alat Bantu SPSS. Analisis regresi digunakan apakah hipotesis penelitian terbukti atau tidak. Analisis ini untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi berganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan regresi ganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

Keterangan :

Y	= Variabel keputusan penggunaan
a	= Konstanta regresi berganda
$b_1 - b_2$	= Koefisien regresi
x_1	= Variabel <i>brand image</i>
x_2	= Variabel <i>word of mouth</i>
x_3	= Variabel kualitas pelayanan
e	= Variabel diluar penelitian

¹⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: BP Undip, 2008), 105.

2. Uji t Parsial

Menurut Ghozali, uji t parsial digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Adapun langkah pengujian uji t adalah :²⁰

a. Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang nyata antara masing-masing variabel dependen dengan variabel independen.

$H_a : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 < \neq 0$, ada pengaruh bermakna antara masing-masing variabel dependen dengan variabel independen.

b. Menghitung nilai t dengan rumus :

$$t = \frac{\beta_i - \beta_i}{se(\beta_i)}$$

c. Membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} yang tersedia pada α tertentu, misalnya 5%; $df = n$

d. Mengambil keputusan dengan menggunakan kriteria berikut ini :

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$; maka H_0 diterima

$t_{hitung} > t_{tabel}$; maka H_0 ditolak

e. kesimpulan juga diambil dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan:

$\alpha > 5$ persen : tidak mampu menolak H_0

$\alpha < 5$ persen : menolak H_0

Pengambilan keputusan uji t parsial, dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial jika nilai output SPSS pada kolom *coefficient* untuk melihat t hitung menunjukkan nilai lebih besar dari t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan ketentuan t tabel dengan derajat kebebasan = jumlah sampel dan nilai $\alpha = 0.05$.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel tergantung. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh

²⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: BP Undip, 2008), 84.

kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu.²¹ Nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Secara matematis jika nilai $r^2 = 1$, maka $adjustedR^2 = r^2 = 1$ sedangkan jika nilai $r^2 = 0$, maka nilai $adjustedR^2 = (1 - k)/(n - k)$ jika $k > 1$, maka $adjustedR^2$ akan bernilai negatif.²²



²¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: BP Undip, 2008), 83.

²² Imam, *Aplikasi Analisis*, 97.