

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini memusatkan perhatian pada PT. Lintas Trans Logistik dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini, seperti dijelaskan oleh Sinambela dalam Wijonarko, 2023 penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan angka angka dalam memproses data untuk menghasilkan informasi yang terstruktur.

Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur hubungan antara variabel tertentu seperti **kualitas layanan, ketepatan waktu pengiriman, dan harga yang kompetitif dan loyalitas pelanggan**. Kuantitatif dianggap lebih sesuai karena memungkinkan analisis statistik yang kuat untuk mengevaluasi hubungan numerik di antara variabel tersebut, serta menghasilkan data yang objektif dan konsisten. Hasilnya juga dapat lebih mudah digeneralisasikan karena menggunakan metode statistik yang dapat diukur dan direplikasi. Di tengah kompleksitas perusahaan seperti PT. Lintas Trans Logistik, penggunaan pendekatan kuantitatif memfasilitasi pengumpulan data dari sejumlah responden yang signifikan, memberikan gambaran yang lebih luas tentang pandangan dan perilaku pelanggan.

Meskipun demikian, pendekatan kualitatif tetap berharga terutama untuk memahami konteks, persepsi, dan pengalaman individu secara mendalam. Namun, dalam konteks penelitian ini, di mana fokus utamanya adalah pada analisis statistik hubungan antara variabel tertentu, pendekatan kuantitatif menjadi pilihan yang lebih sesuai.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Menurut Savalas, Populasi adalah objek yang diteliti dan akan membantu peneliti dalam proses data untuk memecahkan masalah dalam penelitian. Agar memudahkan peneliti dalam melaksanakan penelitian-penelitian menggunakan sampel dalam pengolahannya (Budiarno *et al.*, 2022) Populasi merujuk kepada semua pelanggan PT. Lintas Trans Logistik, yang mencakup individu atau entitas yang menggunakan layanan atau menjadi pelanggan perusahaan tersebut. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan tetap perusahaan PT. Lintas Trans Logistik sebanyak 45 pelanggan.

Tabel 3.1 Data Pelanggan PT Lintas Trans

NO	NAMA PERUSAHAAN
1	PT. Radius Alkindo Electric
2	PT. Indojaya
3	PT. Logam Mulia
4	PT. Seruni Mandiri Ekspres
5	PT. SN Mandiri Ekspres
6	CV. Rajawali Putra Sejahtera
7	CV. Merah Jaya
8	CV. Putra Mandiri Transport
9	PT. Putra Mandiri Megah
10	PT. Pelayaran Ratu Kidul
11	PT. PLN Nusa Daya
12	PT. Indo Jaya Kendari
13	Mitra Elektro
14	Polosonic
15	Surya Gemilang
16	PT. Langgeng Abadi
17	UD. Modern
18	PT. Dua Putra

19	Jaya Ban
20	Murah Jaya
21	PT. Sinar Mas
22	Tasindo
23	Sumber Arta
24	Nea Beauty
25	PT. Citra Insani
26	Mahlian Electro
27	Advand SMG
28	IMP Semarang
29	POPO
30	Usaha Bersama
31	Berkah Group
32	Bangka Teknik
33	Abadi Berkat
34	CAA Margomulyo
35	Istana Tissue
36	Jitu Electro
37	CV. Dycta
38	Eka Express
39	Java Express
40	Timur Jaya
41	CV Putra Jaya Pantura
42	PT Mega Baya Jaya
43	CSM
44	Bayu Gede
45	Gun Ekspres

Sumber : Data Diolah peneliti, 2024

3.2.2 Sampel

Sampel memiliki pengertian yaitu sub kelompok dari populasi yang telah dipilih dan digunakan dalam penelitian (Amirullah, Khuluq *et al.*, 2024). Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh, di mana seluruh 45 pelanggan PT. Lintas Trans Logistik dijadikan sebagai sampel karena populasi mereka kurang dari 100 orang. Karakteristik yang ada pada seluruh responden yakni berdasarkan lama menjadi pelanggan dan usia pelanggan. Menurut Sugiyono (2017) dalam (Arisanti & Cahyani, 2024) menjelaskan bahwa sampel jenuh terjadi apabila dalam pengambilan sampel dengan jumlah populasi yang relatif kecil.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Angket

Angket menggunakan kuesioner sebagai sarana untuk memperoleh informasi dari responden melalui serangkaian pertanyaan tertulis, berdasarkan pada pengalaman, pendapat, atau persepsi mereka. Ini merupakan metode yang efisien dalam pengumpulan data, terutama saat peneliti memiliki pemahaman yang jelas mengenai variabel yang ingin diukur dan informasi yang dibutuhkan. Prinsip-prinsip dasarnya termasuk penyusunan pertanyaan yang baik, memastikan akurasi pengukuran, serta memberikan tampilan fisik yang menarik pada kuesioner. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, kuesioner bisa menjadi alat yang efektif untuk mendapatkan data yang berharga dalam penelitian, seperti yang digunakan dalam penelitian ini dengan skala Likert.

Setiap pertanyaan dalam kuesioner dilengkapi dengan lima opsi jawaban yang memiliki skor nilai. Skor tersebut diberikan kepada jawaban "sangat setuju" (5), "setuju" (4), "Kurang Setuju" (3), "tidak setuju" (2), dan "sangat tidak setuju" (1). Penilaian ini akan digunakan sebagai dasar untuk analisis dalam penelitian. Kuesioner disusun untuk sesuai dengan topik yang dibahas, berisi serangkaian pertanyaan atau pernyataan. Setiap variabel yang diteliti memiliki beberapa pertanyaan atau pernyataan, dan jawaban responden akan diberi skor sesuai dengan pilihan yang mereka pilih.

Tabel 3.2 Skala Linkert

Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, 2012 (Hotimah & Widyawati, 2022)

3.3.2 Observasi

Morissan dalam Suryani *et al.*, 2018 mengemukakan bahwa Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra sebagai alat bantu utamanya. Dalam konteks Perusahaan PT. Lintas Trans Logistik, Observasi merupakan metode pengumpulan data di mana peneliti mempelajari dan mengamati situasi secara langsung. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan bukti-bukti yang dapat menambahkan dan mendukung hasil dari penelitian yang sedang dilakukan.

3.3.3 Studi Pustaka

Metode studi pustaka merupakan teknik untuk memperoleh informasi dengan melakukan pencarian dalam berbagai dokumen seperti tulisan, foto, gambar, dan dokumen elektronik demi mendukung penulisan. Dalam penelitian ini, data yang menjadi dasar teori dalam manajemen sumber daya manusia diperoleh melalui studi pustaka. Sebagai tambahan, untuk memastikan relevansi informasi, penulis berupaya mengumpulkan data dari berbagai sumber referensi

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Dalam penelitian ini, data yang dipergunakan adalah data berdasarkan karakteristiknya, di mana data tersebut bersifat kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung sebagai nilai numerik atau angka.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang dipakai oleh peneliti adalah data primer yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya Sandu, Ali dalam Bobby Prasetyo, 2020. Penulis memperoleh data primer secara langsung dari sumber melalui aktivitas survei yang melibatkan responden dalam penelitian.

Dalam penelitian, data primer yang digunakan oleh PT. Lintas Trans Logistik bertujuan untuk memberikan layanan kepada pelanggan dan meningkatkan kualitas layanan selama 5 bulan terakhir. Data ini diperoleh dari berbagai sumber, termasuk catatan internal perusahaan yang mencatat interaksi dengan pelanggan seperti keluhan, permintaan layanan, dan umpan balik. Selain itu, data juga didapatkan melalui hasil survei atau penelitian internal yang dilakukan untuk memahami bagaimana perusahaan mengukur kepuasan pelanggan dan persepsi tentang kualitas layanan.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel cara mendefinisikan variabel-variabel dalam penelitian agar dapat diukur dan diamati secara konkret. Variabel penelitian adalah semua hal dalam berbagai bentuk yang dipilih oleh peneliti untuk diselidiki, dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang dapat digunakan sebagai dasar untuk membuat kesimpulan, (Sugiyono dalam Oktaviana, 2023)

1. Variabel Independen (X)

- 1) Kualitas Layanan (X1)

Kualitas layanan mencakup berbagai aspek pengalaman pelanggan. Ini meliputi responsif terhadap kebutuhan dan pertanyaan pelanggan, kemudahan

dalam proses transaksi, kejelasan informasi produk atau layanan, serta tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Perusahaan yang fokus pada kualitas layanan cenderung memiliki tingkat retensi pelanggan yang lebih tinggi dan mendapat rekomendasi positif dari pelanggan yang puas.

Indikator kualitas pelayanan menurut *Tjiptono*, dalam (Taufiqul Huda, Sri Nuringwahyu, 2023) :

1. Ketanggapan
2. Keandalan
3. Empati

2) Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)

Ketepatan waktu pengiriman adalah kemampuan perusahaan untuk mengirimkan produk atau layanan kepada pelanggan sesuai dengan jadwal yang dijanjikan atau diharapkan. Hal ini tidak hanya mencakup pengiriman tepat waktu, tetapi juga ketersediaan produk yang sesuai dengan permintaan pelanggan dan proses pengiriman yang efisien. Ketepatan waktu pengiriman yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan membangun reputasi perusahaan yang handal.

Indikator yang digunakan menurut Handoko (2018) dalam (Taufiqul Huda, Sri Nuringwahyu, 2023) yaitu:

1. Tepat atau tidaknya dalam pengiriman barang
2. Tepat atau tidaknya instansi dalam menetapkan barang sesuai jadwal yang telah ditentukan
3. Ketepatan dalam menempuh waktu

3) Harga Yang Kompetitif (X3)

Harga yang kompetitif merujuk pada harga yang bersaing di pasar, yang tidak hanya menarik bagi pelanggan tetapi juga memungkinkan perusahaan untuk tetap menguntungkan. Harga yang kompetitif dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan, membantu perusahaan menarik segmen pasar yang lebih luas, dan mengurangi risiko kehilangan pelanggan kepada pesaing. Namun, perlu diingat bahwa harga yang kompetitif harus diimbangi dengan kualitas produk atau layanan

yang baik dan pelayanan yang memuaskan agar perusahaan dapat mempertahankan keunggulannya dalam jangka panjang..

Menurut Kottler dan Armstrong (Ilham Ardiansyah, Muhammad As'ad, 2021), terdapat empat indikator yang mencerminkan harga, yaitu ;

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

2. Variabel Dependen (Y)

Customer Loyalty mengacu pada tingkat kecenderungan atau keinginan pelanggan untuk terus menggunakan produk atau layanan dari suatu perusahaan secara konsisten dalam jangka waktu tertentu. Menurut ahli, loyalitas pelanggan dapat tercermin dari sejumlah tindakan, seperti frekuensi pembelian, pembelian berulang, rekomendasi kepada orang lain, dan peningkatan dalam nilai pembelian.

Indikator dari loyalitas pelanggan menurut *Philip Kotler* dan *Kevin L. Keller* dalam Budiarno *et al.*, 2022 antara lain:

1. *Repeat Purchase*
2. *Retention*
3. *Referalls*

3.6 Teknik Analisa Data

Menurut Sugiyono dalam Jihad & Annas, 2021 analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengkoordinasikan,

menjabarkan, ke unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, Setelah melakukan pengumpulan data, penelitian ini menjalani tahap pengujian kualitas data dengan memanfaatkan uji validitas dan

uji reliabilitas. Selanjutnya, dilakukan pula uji penyimpangan asumsi klasik serta uji hipotesis sebagai bagian dari proses analisis data.

3.7 Uji Kualitas Data

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas dapat diartikan sebagai tingkat ketepatan dari data yang terjadi pada sebuah objek yang diteliti dengan data yang peneliti laporkan Sugiyono dalam Riska Nindia Sari, ST., M.AB, 2021. Kriteria pengujiannya adalah nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel dengan derajat bebas $(n-2)$. Jika nilai r hasil perhitungan lebih besar daripada nilai r dalam tabel pada alfa tertentu maka berarti signifikan sehingga disimpulkan bahwa butir pertanyaan atau pernyataan itu valid (Sanusi; Indrawan *et al.*, 2021)

3.7.2 Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah sejalan atau stabil dari waktu ke waktu, Ghozali dalam Indrawan *et al.*, 2021.

Sebuah kuesioner dianggap reliabel atau dapat diandalkan jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Jika Alpha kurang dari 0,60, ini menunjukkan bahwa beberapa responden memberikan jawaban yang tidak konsisten. Jawaban-jawaban yang tidak konsisten dari responden harus dilihat secara individual dan dihapus dari analisis, hal ini akan meningkatkan nilai Alpha. Ghozali dalam Saiba *et al.*, 2021.

3.8 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali dalam Oktaviana, 2023 Langkah pertama yang digunakan sebelum melakukan analisis regresi linier berganda adalah melakukan uji hipotesis klasik. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa koefisien regresi tidak bias dan stabil, serta memiliki estimasi yang akurat. Uji hipotesis klasik meliputi evaluasi normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas.

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian untuk mengetahui apakah sebuah model regresi variabel residual mengalami distribusi normal atau tidak (Ghozali; Riska Nindia Sari, ST., M.AB1, 2021).

Menurut Ghozali dalam Oktaviana, 2023 dasar proses pengambilan keputusan dalam menentukan normalitas adalah:

- 1) Jika titik data tersebar dekat dengan garis diagonal dan mengikuti arahnya atau histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika titik data tersebar menjauhi garis diagonal dan tidak mengikuti arahnya, atau histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi dianggap tidak memenuhi asumsi normalitas.

Metode lain untuk memeriksa distribusi normal data adalah dengan menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov. Hasil dari analisis ini kemudian dibandingkan dengan nilai kritis. Evaluasi uji normalitas dapat dilakukan berdasarkan kriteria sebagai berikut :

- a. Angka signifikan (Sig) $> \alpha = 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- b. Angka signifikan (Sig) $< \alpha = 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

3.8.2 Uji Multikonearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independent. (Ghozali,2017) (Nurdin & Djuhartono, 2022) Beberapa hal yang dapat dilihat untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, di antaranya Anggryeny dalam Azizah, 2021:

- 1) Tingginya nilai R-squared serta nilai F-stat yang signifikan, namun sebagian besar dari t-stat tidak signifikan.
- 2) Korelasi antar dua variabel bebas cukup tinggi (biasanya $> 0,8$).
- 3) Nilai condition number lebih dari 20 atau 30.

Selain dari tiga kriteria sebelumnya, data dikatakan memiliki kolinieritas tinggi jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih besar dari 10,00 dan nilai Tolerance (TOL) lebih kecil dari 0,10.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat perbedaan dalam varians residual antara satu pengamatan dan pengamatan lain dalam sebuah model regresi. Heteroskedastisitas terjadi ketika varians residual tidak konsisten di antara pengamatan. Sebuah model regresi dianggap baik jika tidak memiliki heteroskedastisitas.

Menurut Singgih Santoso dalam Oktaviana, 2023 pendeteksian heteroskedastisitas dilakukan dengan mencari pola yang mungkin ada dalam sebaran. Kriteria untuk membuat keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik (titik) yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas dan skor tersebar di atas dan di bawah nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.9 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengilustrasikan hubungan antara variabel-variabel dan untuk memprediksi nilai-nilai. Ini berguna untuk menyelidiki hubungan antara beberapa variabel, terutama untuk mengidentifikasi pola-pola hubungan yang belum dipahami sepenuhnya. Dalam konteks penelitian ini, kita akan menguraikan model persamaan yang digunakan dalam analisis regresi linier berganda, yang disajikan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + X1 + X2 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalita Pelanggan

α = Konstanta

X1 = Kualitas Layanan

X2 = Waktu Pengiriman

X_3 = Harg Yang Kompetitif

e = Estimasi error

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen Priyatno dalam Indrawan *et al.*, 2021. Tujuan dari uji-t (t-test) adalah untuk mengevaluasi signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya tetap konstan (dalam konteks regresi berganda). Uji t-statistik pada dasarnya mengindikasikan seberapa besar pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menjelaskan variasi dalam variabel dependen.

3.10.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat Ghozali dalam Indrawan *et al.*, 2021. Uji F digunakan untuk mengevaluasi kecocokan model yang menunjukkan variasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Uji F-statistik pada dasarnya mengindikasikan apakah semua variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

3.10.3 Koefisien Koefisien Determinasi (R^2)

Selain mengadakan pengujian t dan pengujian F dalam analisis regresi linier berganda, juga mengevaluasi koefisien determinasi ganda (R^2). Ini bermanfaat untuk menilai seberapa erat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dengan melakukan analisis korelasi. Tujuannya adalah untuk mendeteksi secara awal apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang dianalisis kuat atau lemah, serta apakah hubungannya bersifat positif atau tidak. Semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin baik variabel-variabel independen dalam memberikan informasi yang dibutuhkan untuk dapat memprediksi variasi pada variabel dependen Ghozali dalam Putri *et al.*, 2021.

Koefisien determinasi memiliki rentang antara nol hingga satu. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Sementara nilai yang mendekati satu menandakan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi dalam variabel dependen.