

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian yang digunakan didalam penelitian ini yaitu variabel bebas (*independent*) yang terdiri dari *guarantee evaluation*, *guarantee differentiation*, *guarantee signaling* dan *guarantee coproduction*. Sedangkan variabel terikat (*dependent*) yang digunakan yaitu *provider satisfaction*, *self satisfaction*, dan *overall satisfaction*.

#### **3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian**

##### 1. Variabel Bebas (*Independent*)

###### A. *Guarantee Evaluation*

*Guarantee Evaluation* merupakan evaluasi atau penilaian yang dilakukan oleh konsumen terhadap manfaat dari pemberian garansi yang ditawarkan produk maupun layanan. Adapun indikatornya adalah:

- 1) Aspek layanan yang memiliki jaminan
- 2) Persyaratan yang harus dipenuhi
- 3) Tingkat keberhasilan melakukan klaim jika terjadi kegagalan layanan

###### B. *Guarantee Differentiation*

*Guarantee differentiation* adalah kemampuan dari garansi yang ditawarkan sebagai pembeda yang dimiliki penyedia jasa layanan dari para pesaing yang tidak menawarkan garansi atau yang penawaran garansinya lebih rendah (McCullough dan Dwayne: 2004). Adapun indikatornya adalah:

- 1) Tingkat perbedaan garansi layanan dengan pesaing

- 2) Tingkat perbedaan pelayanan dengan pesaing

### C. *Guarantee Signaling*

*Guarantee Signaling* merupakan pengisyratan atau cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyatakan kualitas dari produk atau layanan yang dimiliki. Perusahaan berusaha untuk menghilangkan keraguan yang dirasakan oleh konsumen terhadap kualitas dari produk atau jasa yang dimiliki perusahaan dengan memberi isyarat mengenai kualitas yang dimiliki dengan menawarkan garansi terhadap produk ataupun layanannya. Adapun indikatornya adalah:

- 1) Tingkat nilai dari garansi didalam mengisyratkan kualitas

### D. *Guarantee coproduction*

*Guarantee coproduction* merupakan salah satu dampak dari penawaran garansi yang menyebabkan adanya usaha atau tindakan yang dilakukan oleh konsumen itu sendiri sebagai bagian dari pemakaian jasa (McCollough dan Dwayne: 2004). Garansi layanan dapat menginspirasi dan memotivasi karyawan didalam memberikan pelayanan, garansi layanan juga dapat memberikan tantangan kepada konsumen untuk memaksimalkan usaha mereka didalam proses pelayanan. (McCollough dan Dwayne: 2004).

Adapun indikatornya adalah:

- 1) Keandalan layanan
- 2) Efektifitas pemulihan layanan
- 3) Tingkat usaha yang dilakukan konsumen sebagai bagian pelayanan

## 2. Variabel Terikat (*Dependent*)

### A. *Provider Satisfaction*

*Provider Satisfaction* merupakan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen atas usaha dan kinerja dari layanan yang dilakukan oleh karyawan.

#### B. *Self Satisfaction*

*Self Satisfaction* merupakan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen atas hasil dari performa dan kinerja konsumen itu sendiri sebagai bagian dari proses pelayanan.

#### C. *Overall Satisfaction*

*Overall Satisfaction* merupakan keseluruhan dari kepuasan konsumen dan pengalaman konsumen atas layanan yang dirasakan oleh konsumen.

### **3.3 Penentuan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006:189). Populasi didalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa ekspedisi JNE. Pada populasi terdapat individu-individu yang akan diteliti. Menurut Ferdinand (2006:189) sampel adalah sebagai subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini digunakan prinsip *non probability sampling* dimana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama sebagai sampel. Dalam penelitian ini digunakan teknik *purposive sampling*. Alasan menggunakan teknik ini dikarenakan jumlah dari populasi yang tidak diketahui secara pasti. Didalam penelitian ini, hanya konsumen jasa JNE yang telah menggunakan jasa JNE saja yang menjadi objek penelitian.

Didalam penelitian ini penentuan jumlah sampel mengacu pada Hair *et al.* (1998) yang menyatakan bahwa penentuan sampel yang sesuai dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel laten. Jumlah sampel adalah 5 sampai dengan 10 kali jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel laten. Karena jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 7 indikator, maka sampel minimal yang harus dipenuhi berjumlah 70 sampel. Didalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang.

### **3.4 Sumber Data**

#### **1. Data Primer**

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli melalui pengamatan secara langsung atas objek penelitian di lapangan (Indriantoro & supomo, 2002:145). Data didalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner yang diberikan kepada konsumen pengguna jasa ekspedisi JNE.

#### **2. Data Sekunder**

Yang dimaksud data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung, melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) meliputi data dari perusahaan yaitu sejarah perusahaan, struktur organisasi perusahaan, lokasi perusahaan dan referensi lain yaitu jurnal (Indriantoro & Supomo, 2002).

### **3.5 Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Kuesioner/ angket**

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberi atau menyebar daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberi respon atas daftar pertanyaan tersebut (Noor, 2011:139).

### **3.6 Skala Pengukuran**

Skala pengukuran adalah suatu alat atau mekanisme yang dapat digunakan untuk membedakan individual-individual kedalam variabel-variabel yang akan digunakan didalam riset (jogiyanto, 2004:64). Jawaban kuesioner menggunakan Skala Likert, dimana jawaban dari setiap responden diberi skor atau nilai yang disusun secara bertingkat. Skor yang diberikan pada tiap-tiap pertanyaan adalah sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

### **3.7 Metode Analisis Data**

#### **3.7.1 Uji Validitas**

Pengujian validitas data digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2001). Metode yang digunakan dalam uji validitas adalah metode *Correlations Pearson*, diman rumus yang digunakan (Noor, 2001:169):

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:  $r_{xy}$  = Koefisien kolerasi

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Uji validitas dilakukan pada setiap butir kuesioner. Dimana hasilnya dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  |  $df = n-k$  dengan tingkat signifikansi sebesar 0.05. Jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$ , maka butir kuesioner disebut valid.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut Jogiyanto (2004:120) adalah menunjukkan akurasi dan ketepatan dari pengukurannya. Suatu pengukuran dikatakan reliabel jika dapat dipercaya. Agar dapat dipercaya, maka hasil pengukuran harus akurat dan konsisten. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda. Sedangkan menurut Ghazali (2005) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap pertanyaan dan dikatakan reliabel jika

*Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0.60. Dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) (Noor,2011:165):

$$r_{ii} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \alpha^2}{\alpha 1^2} \right]$$

Keterangan:  $r_{ii}$  = reliabilitas instrument

$k$  = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \alpha^2$  = jumlah butir pertanyaan

$\alpha 1^2$  = varians total

### **3.7.3 Path Analysis**

Analisis jalur (path analysis) merupakan suatu metode penelitian yang utamanya digunakan untuk menguji kekuatan dari hubungan langsung dan tidak langsung diantara berbagai variabel. Analisis jalur merupakan sarana yang dapat membantu peneliti, dengan menggunakan data kuantitatif yang bersifat korelasional untuk menjelaskan proses yang bersifat kausal. Analisis jalur juga memperkirakan besarnya pengaruh antara variabel yang satu terhadap variabel lain dalam suatu hipotesa kausal. Analisis jalur juga digunakan untuk menguji kesesuaian model (fit) pada model yang telah dihipotesiskan tersebut (Sandjodo: 2011). ). Sedangkan menurut Ghozali (2007:174) path analisis (analisis jalur) merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model causal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Fraenkel dan Wallen (2006:340) menyatakan bahwa analisis jalur digunakan untuk menguji kemungkinan dari suatu hubungan sebab akibat diantara tiga variabel atau lebih.

Prinsip utama analisis jalur adalah bahwa sembarang koefisien korelasi antar dua variabel atau pengukuran keseluruhan relasi empiris dapat diurai menjadi beberapa bagian, memisahkan jalur-jalur pengaruh utama melalui variabel antara dimana kedua variabel korelasi memiliki hubungan. Penggunaan teknik analisis jalur memerlukan asumsi bahwa variabel yang bersifat linear, adaptif, dan hubungan yang simetris antara satu himpunan variabel dapat diukur. Setiap variabel terikat (*dependent*) dianggap ditentukan oleh variabel sebelumnya pada diagram jalur dan variabel residual yang didefinisikan tidak memiliki korelasi dengan variabel-variabel lain (Kothari, 2004:339).

Menggunakan analisis jalur diperlukan adanya asumsi bahwa: (i) semua hubungan adalah linier dan adaptif, asumsi kausal (apa yang menyebabkan apa) ditunjukkan dalam diagram jalur; (ii) residu (*error*) tidak berkorelasi dengan variabel-variabel di model dan dengan residu lain; (iii) aliran kausal satu arah; (iv) variabel-variabelnya diukur dengan skala interval atau yang lebih baik; dan (v) variabel-variabelnya diukur tanpa adanya kesalahan (reliabel sepenuhnya). Beberapa dari asumsi tersebut mungkin tidak selalu benar oleh karenanya anggaplah bahwa asumsi yang kita buat benar sehingga dapat menggunakan konsepsi analisis jalur. Dengan demikian, analisis jalur dapat digunakan untuk menjelaskan ketergantungan langsung diantara satu himpunan variabel (Sandjojo, 2011:13).

#### **3.7.4 Structural Equation Modeling (SEM)**

*Structural Equation Modeling* (SEM) adalah suatu teknik statistikal untuk menguji dan memperkirakan hubungan kausal dengan menggunakan suatu data statistikal dengan asumsi kausal (Sandjodo: 2011). Sedangkan menurut Hair *et.al*

(1995) SEM adalah sebuah evolusi dari model persamaan berganda yang dikembangkan dari prinsip ekonometri dan digabungkan dengan pengaturan dari psikologi dan sosiologi, SEM telah muncul sebagai bagian integral dari penelitian manajerial dan akademik.

SEM merupakan gabungan antar dua metode statistik, yaitu (1) analisis faktor yang dikembangkan dalam psikologi/psikometri atau sosiologi dan (2) model persamaan simultan yang dikembangkan dalam ekonometri. Dalam perkembangannya, SEM telah banyak digunakan dalam semua bidang penelitian, seperti pendidikan, pemasaran (*marketing*), psikologi, sosiologi, manajemen, kesehatan, komunikasi, demografi, penelitian tingkah laku organisasi, biologi bahkan genetika (Yamin dan Kurniawan: 2009).

Yamin dan Kurniawan (2009) juga menyebutkan bahwa konsep utama SEM adalah meminimalkan perbedaan antara *sampel covariance matrix* dan *implied covariance matrix*. *Sampel covariance matrix* adalah matriks kovarians yang diperoleh dari perhitungan data asli yang ada, sedangkan *implied covariance matrix* adalah matriks kovarians yang dihitung berdasarkan estimasi model yang dibuat. Untuk itu, hipotesis nol yang ditetapkan adalah  $\Sigma = \Sigma(\Theta)$  dan hipotesis alternatif adalah  $\Sigma \neq \Sigma(\Theta)$  ; dimana  $\Sigma$  matriks kovarians yang diperoleh dari sampel data dan  $\Sigma(\Theta)$  adalah matriks kovarians yang diperoleh estimasi model.

#### -Prosedur SEM

Menurut Yamin dan Kurniawan (2009), secara umum ada lima tahap dalam prosedur SEM yaitu; spesifikasi model, identifikasi model, estimasi model, uji kecocokan model, dan respesifikasi model:

##### i. Spesifikasi Model

Pada tahap ini, spesifikasi model yang dilakukan adalah:

- mengungkap sebuah konsep permasalahan penelitian, yang merupakan suatu pertanyaan atau dugaan hipotesis terhadap suatu masalah.
- mendefinisikan variabel-variabel yang akan terlibat dalam penelitian dan mengkategorikannya sebagai variabel eksogen dan variabel endogen.
- menentukan metode pengukuran untuk variabel tersebut, apakah bisa diukur secara langsung (*measurable variable*) atau membutuhkan variabel manifest (manifest variabel atau indikator-indikator yang mengukur konstruk laten).
- mendefinisikan hubungan kausal struktural antara variabel (antara variabel eksogen dan variabel endogen), apakah hubungan strukturalnya *recursive* (searah,  $X \rightarrow Y$ ) atau *nonrecursive* (timbang balik,  $X \leftrightarrow Y$ ).
- langkah optional, yaitu membuat diagram jalur hubungan antara konstruk laten dan konstruk laten lainnya beserta indikator-dikatornya.

## ii. Identifikasi Model

Terdapat tiga jenis identifikasi model, yaitu *under-identified model*, *just-identified model*, dan *over-identified model*. *Under-identified model* adalah suatu identifikasi model dimana model yang dispesifikasikan tidak mempunyai penyelesaian yang unik dan jumlah parameter yang diestimasi lebih besar dari jumlah data. *Just-identified model* adalah identifikasi model dimana jumlah parameter yang akan diestimasi sama dengan jumlah data dan hanya mempunyai penyelesaian tunggal dalam persamaan tersebut. *Over-identified model* adalah identifikasi model dimana jumlah parameter yang diidentifikasi lebih kecil dari jumlah data dan dilakukan melalui proses iterasi hingga dicapai nilai konvergensi yang stabil.

### iii. Estimasi Model

Terdapat beberapa metode untuk mengestimasi parameter-parameter yang didefinisikan, yaitu *maximum likelihood* (ML), *generalized least square* (GLS) *instrumen variabel* (IS), *two stage least square* (2SLS), *unweight least square* (ULS), *generally weight least square* (WLS), dan *diagonally weight least square* (DWLS). Pada tahap ini, diharapkan bahwa matriks kovarians prediksi akan sedekat mungkin atau sama dengan matriks kovarians suatu sampel data. dengan demikian peneliti akan menerima hipotesis nol yang akan berakibat pada kecocokan model yang dihipotesiskan.

### iv. Uji Kecocokan Model

Ukuran-ukuran uji kecocokan model dibagi dalam tiga kelompok, antara lain:

- Ukuran kecocokan mutlak (*absolute fit measures*), yaitu ukuran kecocokan model secara keseluruhan (model struktural dan model pengukuran) terhadap matriks korelasi dan matriks kovarians.
- Ukuran kecocokan incremental (*incremental/relative fitc. mesaures*), yaitu ukuran kecocokan yang bersifat relatif, digunakan untuk perbandingan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan peneliti.
- Ukuran kecocokan parsimoni (*parsimoneus/adjusted fit measures*), yaitu ukuran kecocokan yang mempertimbangkan banyaknya koefisien didalam model.

### v. Respesifikasi Model

Apabila model yang dihipotesiskan belum mencapai model yang fit, maka peneliti bisa melakukan respesifikasi model untuk mencapai nilai fit yang

baik. Oleh karena itu, pendekatan teori yang benar ketika melakukan repesifikasi model ini dibutuhkan.

