

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Metode bagi suatu penelitian merupakan suatu alat didalam pencapaian suatu tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Metode penelitian ini akan mengarahkan penelitian pada suatu tujuan tertentu. Penelitian yang dilakukan di *J&T Express* cabang Astanaanyar di Kota Bandung mengenai harga dan kualitas pelayanan ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah. Metode penelitian menurut Sugiyono (2017:2) pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Tujuan adanya metode penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran kepada peneliti tentang bagaimana penelitian dilakukan, sehingga permasalahan dapat diselesaikan. Jenis metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2017:59) yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Metode penelitian deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah nomor satu hingga nomor empat, yaitu untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan di *J&T Express* Astanaanyar kota Bandung.

Penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2017:60) adalah suatu penelitian yang digunakan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Metode verifikatif ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah di bab 1 pada rumusan masalah nomor lima yaitu untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada kepercayaan, kepercayaan sebagai variabel intervening.

### **3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Dalam melakukan penelitian, peneliti perlu menjelaskan definisi variabel penelitian dan juga memaparkan operasionalisasi variabel penelitian. Karena hal tersebut merupakan suatu aspek yang memberikan informasi mengenai variabel yang tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya. Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi harga ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dan kepercayaan ( $Z$ ). Variabel-variabel tersebut kemudian dibentuk dalam operasionalisasi variabel berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala penelitian. Adapun penjelasan lebih lanjut berikut:

#### **3.2.1 Definisi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu hal yang memiliki nilai yang bermacam-macam. Variabel penelitian menurut (Sugiyono, 2017:66) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga peneliti akan mendapatkan informasi mengenai hal tersebut dan peneliti kemudian menarik kesimpulannya.

Penelitian ini memiliki empat variabel yang akan diuji keterkaitannya yaitu variabel harga ( $X_1$ ), variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ), variabel kepuasan pelanggan (Y) dan variabel kepercayaan (Z). Definisi dari masing-masing variabel tersebut diantaranya:

1. Harga ( $X_1$ )

Harga adalah nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu (Fandy Tjiptono, 2016:268).

2. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )

Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Kotler dan Keller 2016:131)

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa (Fandy Tjiptono 2016:354)

4. Kepercayaan (Z)

Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Itu tergantung pada sejumlah hubungan antar pribadi dan antar organisasi faktor, seperti kompetensi yang dirasakan perusahaan, integritas, kejujuran dan kebajikan (Kotler & Keller 2016:225)

### **3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Operasionalisasi variabel merupakan penjabaran dari konsep serta indikator untuk masing-masing variabel penelitian. Penelitian ini terdiri dari empat variabel yang akan diteliti yaitu Harga ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) sebagai variabel bebas, Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variabel terikat dan

kepercayaan (Z) sebagai variabel intervening. Berikut dibawah ini dapat dilihat tabel 3.1 mengenai konsep dan indikator variabel.

**Tabel 3. 1**  
**Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No	
<p><b>Harga (X<sub>2</sub>)</b></p> <p>Harga adalah nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu.</p> <p>Fandy Tjiptono (2016:268)</p>	Keterjangkauan harga	Harga pengiriman yang ditetapkan J&T <i>Ekspress</i> terjangkau.	Tingkat harga pengiriman yang terjangkau.	Ordinal	1.	
		Harga pengiriman sesuai dengan yang diberikan J&T <i>Ekspress</i> .	Tingkat harga sesuai dengan yang diberikan perusahaan.	Ordinal	2.	
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang ditawarkan oleh J&T <i>Ekspress</i> sesuai dengan kualitas produk.	Tingkat harga sesuai dengan kualitas produk.	Ordinal	3.	
		J&T menyediakan produk-produk dengan kualitas baik tetapi harga terjangkau.	Tingkat produk yang berkualitas dengan harga terjangkau.	Ordinal	4.	
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga yang ditawarkan oleh J&T sebanding dengan manfaat yang dirasakan pelanggan.	Tingkat harga yang ditawarkan sebanding dengan manfaat.	Ordinal	5.	
		Harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan daya beli pelanggan.	Tingkat harga sesuai dengan kemampuan daya beli pelanggan.	Ordinal	6.	
	Daya saing harga	Persepsi pelanggan mengenai perbandingan harga barang terhadap merek.	Tingkat persepsi pelanggan mengenai perbandingan harga.	Ordinal	7.	
		Harga di <i>J&amp;T Express</i> bervariasi.	Tingkat harga dan variasi harga.	Ordinal	8.	
	<p><b>Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)</b></p> <p>Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.</p> <p>Kotler dan Keller</p>	Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> )	Kenyamanan tempat melakukan pelayanan seperti tempat duduk untuk menunggu, toilet dan lain-lain yang menunjang fasilitas yang diinginkan pelanggan.	Tingkat kenyamanan tempat pada saat melakukan pelayanan.	Ordinal	9.
			Penggunaan alat bantu dalam pelayanan seperti	Tingkat penggunaan alat bantu dalam pelayanan.	Ordinal	10.

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
(2016:131)		komputer dan timbangan.			
	Empati ( <i>Emphaty</i> )	Kepedulian petugas memahami keinginan pelanggan.	Tingkat kepedulian petugas.	Ordinal	11.
		Perusahaan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan.	Tingkat perusahaan yang mengutamakan kepentingan pelanggan.	Ordinal	12.
	Keandalan ( <i>Reliability</i> )	Memiliki standar pelayanan yang jelas.	Tingkat standar pelayanan.	Ordinal	13.
		Jangkauan pengiriman J&T <i>Ekspress</i> luas.	Tingkat jangkauan pengiriman.	Ordinal	14.
	Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	Petugas melakukan pelayanan dengan cepat.	Tingkat kecepatan saat pelayanan.	Ordinal	15.
		Petugas melakukan pelayanan dengan tepat.	Tingkat ketepatan saat pelayanan.	Ordinal	16.
	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	Pelayanan memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan pengiriman.	Tingkat jaminan ketepatan waktu pengiriman.	Ordinal	17.
J&T <i>Ekspress</i> mampu menjaga keamanan barang yang dikirim.		Tingkat keamanan barang.	Ordinal	18.	
<b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b>  Kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.  Fandy Tjiptono (2016:354)	Harapan	Pelanggan merasa puas terhadap harga jasa yang ditawarkan.	Tingkat kepuasan terhadap harga yang ditawarkan.	Ordinal	19.
		Pelanggan merasa puas terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan.	Tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan.	Ordinal	20.
	Kinerja	Harga yang ditawarkan oleh J&T <i>Express</i> masih dapat terjangkau.	Tingkat harga yang ditawarkan masih dapat terjangkau.	Ordinal	21.
		J&T <i>express</i> memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.	Tingkat kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan.	Ordinal	22.
<b>Kepercayaan (Z)</b>  Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Itu tergantung pada sejumlah hubungan	Kesungguhan ( <i>Benevolence</i> )	Keyakinan pelanggan pada tanggung jawab perusahaan.	Tingkat keyakinan pelanggan pada tanggung jawab perusahaan.	Ordinal	23.
		Keyakinan pelanggan pada produk perusahaan yang	Tingkat keyakinan pelanggan pada produk.	Ordinal	24.

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
antar pribadi dan antar organisasi faktor, seperti kompetensi yang dirasakan perusahaan, integritas, kejujuran dan kebajikan.  Kotler & Keller (2016:225)		berkualitas.			
	Kemampuan ( <i>Ability</i> )	Kemampuan perusahaan memenuhi harapan.	Tingkat kemampuan untuk memenuhi harapan.	Ordinal	25.
		Kemampuan perusahaan memberikan pelayanan.	Tingkat kemampuan dalam memberikan pelayanan.	Ordinal	26.
	Integritas ( <i>Integrity</i> )	Pelayanan jasa pengiriman barang yang diberikan telah sesuai dengan harapan pelanggan.	Tingkat pelayanan jasa yang diberikan sesuai dengan harapan.	Ordinal	27.
		Jasa pengiriman barang J&T <i>Ekspress</i> dapat dipercaya.	Tingkat jasa pengiriman dapat dipercaya.	Ordinal	28.
	<i>Willingness to depend</i>	Kesediaan menerima risiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi.	Tingkat kesediaan menerima risiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi.	Ordinal	29.
Pelanggan bersedia menggunakan jasa pengiriman barang J&T <i>Ekspress</i> .		Tingkat kesediaan pelanggan menggunakan jasa pengiriman.	Ordinal	30.	

Sumber: Data diolah Peneliti (2022)

### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel dalam suatu penelitian perlu ditetapkan dengan tujuan agar Penelitian yang dilakukan benar-benar mendapatkan data sesuai yang diharapkan. Adapun pembahasan mengenai populasi dan sampel adalah sebagai berikut:

#### 3.3.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan objek yang ditentukan melalui kriteria dan dapat dikategorikan kedalam objek tersebut berupa manusia. Hal ini selaras dengan pernyataan Sugiyono (2017:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan

kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian karena populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan populasi yang berdasarkan jumlah pelanggan J&T *Express* Astanaanyar kota Bandung. Berikut tabel 3.2 jumlah pelanggan J&T *Express* Astanaanyar pada tahun 2020.

**Tabel 3. 2**  
**Jumlah Pelanggan J&T Express Astanaanyar Kota Bandung pada tahun 2020**

No	Bulan	Jumlah Pelanggan
1.	Januari	101
2.	Februari	97
3.	Maret	89
4.	April	93
5.	Mei	66
6.	Juni	58
7.	Juli	52
8.	Agustus	58
9.	September	56
10.	Oktober	63
11.	November	60
12.	Desember	58
<b>Jumlah</b>		851
<b>Rata-rata</b>		70,91

Sumber: J&T Express Astanaanyar Kota Bandung

### 3.3.2 Sampel

Pengambilan sampel penelitian dalam suatu penelitian harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh dan bersifat representatif, artinya dapat mewakili karakteristik dari populasi penelitian secara keseluruhan, atau dapat menggambarkan keadaan sebenarnya. Sampel merupakan sebagian populasi yang dianggap representatif yang diambil dengan teknik tertentu. Penelitian ini mengambil sampel dari

populasi dengan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebanyak 10% dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus Slovin yang dapat ditunjukkan sebagai berikut:

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

Dimana:

$n$  = Ukuran Sampel

$N$  = Ukuran Populasi

$e^2$  = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Jumlah dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,1) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90% sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah sebesar:

$$\text{Rumus Slovin: } n = \frac{70,91}{1+(70,91) (0,1)^2} = 98,6$$

Jadi diketahui perhitungan untuk sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 98 responden. Untuk mengoptimalkan hasil penelitian yang lebih baik, maka penulis menambahkan 2 responden sehingga total menjadi 100 responden.

### 3.3.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik *sampling* pada

dasarnya dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik pengumpulan sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* ini menurut Sugiyono (2017:142) menjelaskan bahwa “*non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”.

Tujuan peneliti menggunakan *non probability sampling* karena peneliti memiliki keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Adapun jenis-jenis dari teknik *non probability sampling* yaitu *sampling* sistematis, *sampling* kuota, *sampling insidental*, *sampling purposive*, *sampling* jenuh dan *snowball sampling*. Teknik *non probability sampling* yang dipilih dalam penelitian ini yaitu jenis *sampling insidental*. Menurut Sugiyono (2017:144) *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan faktor penting untuk keberhasilan penelitian. Teknik pengumpulan data berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan datanya, siapa sumbernya, dan apa alat yang digunakannya. Teknik pengumpulan data mengacu pada cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk melaksanakan penelitian dan sesuai dengan penelitian tersebut. Menurut Sugiyono (2017:137) teknik pengumpulan

data merupakan langkah awal dalam penelitian, karena memiliki tujuan memperoleh data yang dibutuhkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan merupakan data yang diperoleh dengan cara melakukan survei lapangan yang ada hubungan dengan masalah yang diteliti. Survei tersebut dilakukan di J&T. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer yang diperoleh melalui beberapa cara, yaitu:

##### a. Observasi

Observasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi J&T *Express* Astanaanyar kota Bandung yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

##### b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab kepada manajemen J&T *Express* Astanaanyar kota Bandung berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Selain dengan pemilik, peneliti juga melakukan wawancara dengan pelanggan. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian sehingga diharapkan memperoleh data yang lebih jelas.

##### c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengolahan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada pelanggan J&T *Express* Astanaanyar kota

Bandung. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat pelanggan mengenai kepercayaan, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

## 2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literature atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Penelitian kepustakaan diperoleh dari data sekunder yaitu literatur-literatur, buku-buku, jurnal, internet, dan data perusahaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti. Data sekunder dapat diperoleh melalui beberapa cara, yaitu:

### a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data sekunder berdasarkan literatur-literatur, buku-buku yang berkaitan dengan variabel penelitian dan bertujuan untuk mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

### b. Jurnal

Data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian dianggap relevan dengan topik pendidikan dan juga sebagai pembanding dengan penelitian yang peneliti teliti.

### c. Internet

Dengan cara mencari data-data yang berhubungan dengan topik penelitian, yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya tulis.

Data-data tersebut sangat penting bagi kelengkapan analisis dari temuan hasil penelitian. Sumber data yang dimaksud adalah buku-buku dari berbagai referensi dan bahan-bahan pustaka lainnya yang berkaitan dengan masalah penelitian.

### **3.5 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis**

Analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pernyataan dari setiap item kuesioner. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan dan dampaknya pada variabel *intervening* yaitu kepercayaan pelanggan.

#### **3.5.1 Uji Instrumen**

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian tergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti. Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, untuk menguji keabsahan tersebut diperlukan dua macam pengujian yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji reliabilitas (*test of reliability*).

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

### 3.5.1.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2017:125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesalahan setiap item pertanyaan mengukur variabelnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing pernyataan item yang ditujukan kepada responden dengan total untuk seluruh item.

Cara untuk mencari nilai validitas dari sebuah item adalah dengan mengkorelasikan skor item tersebut dengan total skor item-item dari variabel tersebut, apabila nilai korelasi diatas 0,3 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,3 maka dikatakan item tersebut kurang valid. Metode korelasi yang digunakan adalah *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

$$\frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi  
x = Skor yang diperoleh dari subjek tiap item  
y = Skor total instrument  
n = Jumlah responden dalam uji instrumen

### 3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut (Sugiyono, 2017:209) reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas.

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah *method Alpha Cronbach (CA)* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrument penelitian kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus spearman brown, dengan cara kerjanya adalah sebagai berikut ini:

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus:

$$r_b = \frac{n(\sum AB) - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{((n \sum A^2) - (n \sum B^2 - (\sum B)^2))}}$$

Dimana:

r = Koefesien korelasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\Sigma A$  = Jumlah total skor belahan ganjil

$\Sigma B$  = Jumlah total skor belahan genap

$\Sigma A^2$  = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\Sigma B^2$  = Jumlah kuadran total skor belahan genap

$\Sigma AB$  = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *Spearman Brown* sebagai berikut:

$$r = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Dimana:

r = Nilai reliabilitas

$r_b$  = Korelasi pearson product moment antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen ( $r_b$  hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya:

- a. Bila  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$ , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel.
- b. Bila  $r_{hitung} <$  dari  $r_{tabel}$ , maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel. Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas.

Hal tersebut juga dapat diartikan bahwa suatu alat ukur harus konsisten sehingga untuk mengetahui kekonsistennya dilakukanlah uji reliabilitas ini. Berkenaan hal tersebut keandalan suatu alat ukur dilihat dengan menggunakan pendekatan secara statistika yaitu melalui koefisien reliabilitas, yang dimana dapat dilihat bahwa apabila koefisien reliabilitas dari instrument penelitian lebih besar dari 0,700 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel atau dengan kata lain disebut konsisten.

### 3.5.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri dan variabel penelitian. Dalam penelitian, peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependennya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Untuk mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk kedalam kategori: sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya:

$$\sum p = \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor rata-rata}$$

Setelah nilai rata-rata diketahui, maka hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu tabel kontinum, yaitu sebagai berikut:

Dimana:

Nilai tertinggi : 5

Nilai terendah : 1

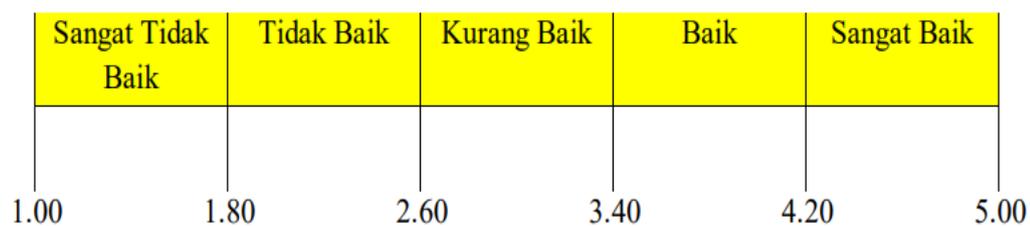
Interval :  $5-4 = 1$

Jarak Interval :  $\frac{5-1}{5} = 0,8$

**Tabel 3. 3**  
**Kategori Skala**

Skala		Kategori
1,00	1,80	Sangat Tidak Baik
1,81	2,60	Tidak Baik
2,61	3,40	Kurang Baik
3,41	4,20	Baik
4,21	5,00	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2017:97)



**Gambar 3. 1**  
**Garis Kontinum**

**Tabel 3. 4**  
**Kategori Skala per Variabel**

Variabel	Kategori
Harga	Sangat Tidak Terjangkau
	Tidak Terjangkau
	Kurang Terjangkau
	Terjangkau
	Sangat Terjangkau
Kualitas Pelayanan	Sangat Tidak Baik
	Tidak Baik
	Kurang Baik
	Baik
Kepuasan Pelanggan	Sangat Baik
	Sangat Tidak Puas
	Tidak Puas
	Kurang Puas
	Puas

Variabel	Kategori
Kepercayaan	Sangat Puas
	Sangat Tidak Percaya
	Tidak Percaya
	Kurang Percaya
	Percaya
	Sangat Percaya

### 3.5.3 Analisis Verifikatif

Analisis Verifikatif digunakan dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017:69). Dalam penelitian ini, ada beberapa metode statistik yang digunakan penulis seperti analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi.

#### 3.5.3.1 *Method of Successive Interval* (MSI)

*Method of Successive Interval* (MSI) merupakan metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval. Data yang peneliti peroleh dari hasil penyebaran kuesioner masih merupakan data ordinal yang masih harus ditransformasikan menjadi data interval untuk memenuhi syarat statistika parametrik dengan analisis regresi dan analisis korelasi untuk menganalisis dan mengkaji rumusan masalah penelitian. Maka dari itu peneliti menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI) untuk transformasi data ordinal menjadi data interval. Berikut ini peneliti sajikan langkah-langkah menganalisis data dengan *Method of Successive Interval* (MSI)

1. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pertanyaan).

2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut dengan proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan table distribusi normal standar tentukan nilai Z. Untuk data >30 dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal.
6. Menentukan nilai Skala (*scale value/SV*)

$$SV = \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area under upper limit}) - (\text{Area under lower limit})}$$

Keterangan:

SV (Scale Value) : Rata-rata Interval

Density at lower limit : Kepaduan batas bawah

Density at upper limit : Kepaduan batas atas

Area under upper limit : Daerah dibawah batas atas

Area under lower limit : Daerah dibawah batas bawah

7. Menghitung skor hasil informasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus:

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1 [SV_{\min}]$$

Pengolahan data yang dilakukan peneliti digunakan selanjutnya adalah dengan menggunakan media komputerisasi untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

#### **3.5.4 Metode Analisis Jalur (*Path Analysis*)**

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah analisis jalur (*path analysis*). Penulis menggunakan analisis jalur (*path analysis*) karena untuk mengetahui hubungan sebab akibat, dengan tujuan menerangkan pengaruh langsung atau tidak langsung antar variabel indenpenden dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini, penulis ingin menganalisis dan memastikan apakah ada pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kepercayaan sebagai variabel intervening.

Menurut Juanim (2020:56) analisis jalur dapat diartikan sebagai analisis statistik yang merupakan bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar satu variabel dengan variabel lainnya.

Analisis jalur digunakan dengan menggunakan korelasi, regresi dan jalur sehingga dapat diketahui untuk sampai pada variabel intervening. Model analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun manfaat dari *path analysis* diantaranya adalah

Sebagai penjelasan terhadap fenomena yang dipelajari atau permasalahan yang diteliti Prediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen.

Faktor determinan yaitu penentuan variabel bebas mana yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat, juga dapat digunakan untuk menelusuri mekanisme (jalur-jalur) pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

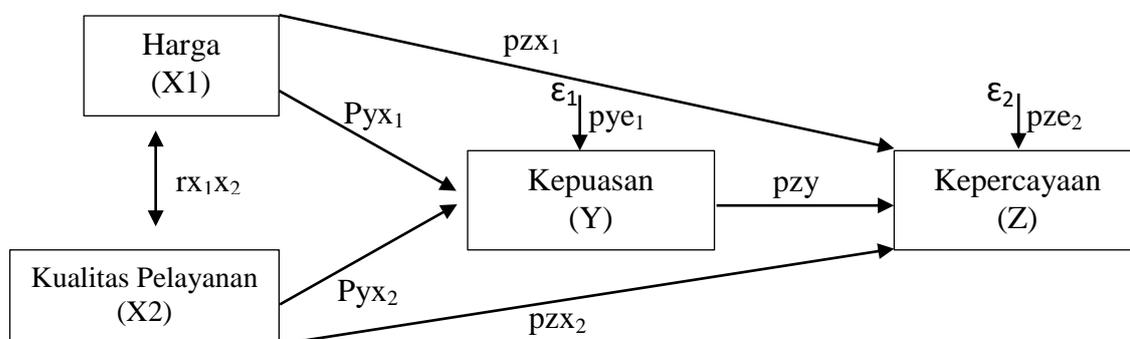
Alasan dalam penelitian ini menggunakan Analisis Jalur karena peneliti ingin mengetahui pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dari setiap variabel yang diteliti.

#### **3.5.4.1 Path Diagram**

Penelitian ini menggunakan path diagram yang berdasarkan pada pendapat Juanim (2020:57) Diagram jalur adalah alat untuk melukiskan secara grafis struktur hubungan kausalitas antar variabel independen, intervening (*intermediary*), dan dependen. Analisis jalur variabel yang dianalisis kualitasnya dibedakan menjadi dua golongan yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen adalah variabel yang variabelitasnya diasumsikan terjadi bukan karena penyebab-penyebab didalam model, atau dengan kata lain, variabel ini tidak ada yang mempengaruhi. Sedangkan, variabel endogen adalah variabel yang variasinya dijelaskan oleh variabel eksogen ataupun variabel endogen lain dalam sistem. Menurut Juanim (2020:58).

Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah Harga dan Kualitas Pelayanan sedangkan variabel endogen adalah kepuasan pelanggan dan

kepercayaan. Model hubungan antara variabel yang telah dijelaskan tersebut dapat dilihat melalui diagram jalur yaitu sebagai berikut pada halaman selanjutnya.



**Gambar 3. 2**

### **Model hubungan struktur antara variabel penelitian**

#### **3.5.4.2 Koefisien Jalur**

Besarnya pengaruh variabel eksogen dan variabel endogen dapat dilihat melalui koefisien jalur mengindikasikan besarnya jalur dari suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen. Koefisien jalur biasanya dicantumkan pada diagram jalur yang dinyatakan dengan nilai *numeric* untuk mengestimasi koefisien jalur, jika hanya satu variabel eksogen (X) mempengaruhi secara langsung terhadap variabel endogen Y, maka  $pyx$  di estimasi dengan korelasi sederhana (*simple correlation*) antara X dan Y jadi  $pyx = r_{xy}$  (Juanim, 2020:59).

Untuk lebih memperjelas koefisien jalur dapat dilihat pada sebuah path diagram yang ada di gambar 3.2 dalam gambar tersebut dapat kita lihat koefisien jalur sebagai berikut:

1.  $pyx_1$  adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung  $X_1$  terhadap Y
2.  $pyx_2$  adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung  $X_2$  terhadap Y
3.  $pzy$  adalah jalur untuk pengaruh langsung Y terhadap Z
4.  $pzx_1$  adalah jalur untuk pengaruh langsung  $X_1$  terhadap Z

5.  $p_{zx_2}$  adalah jalur untuk pengaruh langsung  $X_2$  terhadap  $Z$
6.  $p_{ey_1}$  adalah jalur untuk pengaruh langsung  $\epsilon_1$  terhadap  $Y$
7.  $p_{ez_2}$  adalah jalur untuk pengaruh langsung  $\epsilon_2$  terhadap  $Z$

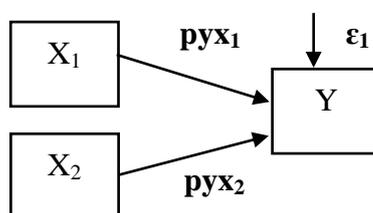
### 3.5.4.3 Persamaan Struktural

Dalam analisis jalur juga dapat ditampilkan dalam bentuk persamaan yang biasa disebut persamaan struktural. Persamaan struktural, menggambarkan hubungan sebab akibat antar variabel yang diteliti, yang dinyatakan dalam bentuk persamaan sistematis. menurut Juanim (2020:60). Analisis ini dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut :

1.  $Y = p_{yx_1} + p_{yx_2} + \epsilon_1$

Persamaan struktural 1 menyatakan hubungan kausal dari  $X_1$  dan  $X_2$  ke  $Y$ .

Digambarkan dalam diagram 3.2 berikut:



**Gambar 3. 3**

#### **Model struktur I Hubungan X1, X2 dengan Y**

Dimana :

$X_1$  = Harga

$X_2$  = Kualitas Pelayanan

$Y$  = Kepuasan Pelanggan

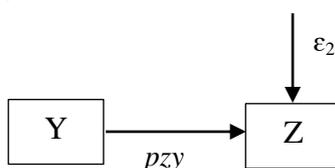
$\epsilon$  = Faktor yang mempengaruhi  $Y$  selain  $X$

Keterangan :  $p_{yx_1}$   $p_{yx_2}$  = nilai korelasi harga dan kualitas pelayanan.

Untuk analisis jalur, koefisien yang digunakan adalah Beta atau standar koefisien (*standardized coefficients*). Untuk mengetahui hal lain diluar model (*error*) dihitung dengan rumus  $\varepsilon = 1-R^2$ .

$$2. Z = pzx_1 + pzx_2 + pzy + \varepsilon_2$$

Persamaan struktural II menyatakan kausal dari Y ke Z. digambarkan dalam diagram 3.4



**Gambar 3. 4**

#### **Model Struktur Hubungan Y dengan Z**

Dimana :

Y = Kepuasan Pelanggan

Z = Kepercayaan Pelanggan

$\varepsilon$  = Faktor yang mempengaruhi Y dan Z

Keterangan:  $pzy$  = Faktor yang mempengaruhi Z selain Y

#### **3.5.4.4 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung**

Berdasarkan diagram jalur dapat dilihat bagaimana pengaruh langsung dan tidak langsung tersebut. Pengaruh langsung adalah pengaruh dari satu variabel independen ke variabel dependen, tanpa melalui variabel dependen lainnya. Sedangkan pengaruh tidak langsung adalah situasi dimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen atau variabel lain yang disebut variabel intervening (intermedari) dalam Juanim (2020:62).

Pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dapat dilihat sebagai berikut:

### 1. Hasil Langsung (*Direct Effect*)

Hasil dari  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Y$  dan  $Y$  terhadap  $Z$  atau lebih sederhana dapat disajikan sebagai berikut: Pengaruh langsung (*Direct Effect*)

$$X_1 \longrightarrow Y; p_{yx_1}$$

$$X_2 \longrightarrow Y; p_{yx_2}$$

$$Y \longrightarrow Z; p_{zy}$$

### 2. Hasil Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Hasil tidak langsung (*indirect effect*) adalah dari  $X$  terhadap  $Z$  melalui  $Y$ , atau lebih sederhana dapat dilihat sebagai berikut:

$$X_1 \longrightarrow Y \longrightarrow Z: p_{yx_1} \cdot p_{zy}$$

$$X_2 \longrightarrow Y \longrightarrow Z: p_{yx_2} \cdot p_{zy}$$

Penjelasan rumus diatas memperlihatkan bahwa hasil langsung diperoleh dari hasil analisis jalur nilai beta, sedangkan hasil tidak langsung diperoleh dengan mengalikan koefesien rho (nilai beta) yang melewati variabel antara (penghubung) dengan variabel langsungnya.

#### 3.5.4.5 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:63) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dinyatakan jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

Langkah-langkah dalam menguji hipotesis ini dinilai dengan penetapan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ), penetapan nilai uji statistik dan tingkat signifikan serta kriteria. Uji hipotesis antara variabel Harga ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), Kepuasan ( $Y$ ) dan Kepercayaan ( $Z$ ) dengan menggunakan uji simultan dan parsial, sebagai berikut :

#### 1. Uji t (Uji Hipotesis Parsial)

Hipotesis parsial diperlukan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji parsial dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Nilai t hitung dapat dilihat dari hasil pengolahan data *Coefficient*, hipotesis parsial di jelaskan ke dalam bentuk statistik berikut:

- Hipotesis 1

$H_0$ :  $\rho_{yx_1} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh variabel harga ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

$H_1$ :  $\rho_{yx_1} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh variabel harga ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

- Hipotesis 2

$H_0$ :  $\rho_{yx_2} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

$H_1$ :  $\rho_{yx_2} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

- Hipotesis 3

H<sub>0</sub>:  $p_{zy} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh variabel kepuasan pelanggan (Y) terhadap kepercayaan pelanggan (Z).

H<sub>a</sub>:  $p_{zy} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh variabel kepuasan pelanggan (Y) terhadap kepercayaan (Z)

- Hipotesis 4

H<sub>0</sub>:  $p_{zx_1} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh variabel harga (X<sub>1</sub>) terhadap kepercayaan (Z).

H<sub>a</sub>:  $p_{zx_1} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh variabel harga (X<sub>1</sub>) terhadap kepercayaan (Z)

- Hipotesis 5

- H<sub>0</sub>:  $p_{zx_2} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>) terhadap kepercayaan (Z).

- H<sub>a</sub>:  $p_{zx_2} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>) terhadap kepercayaan (Z)

Untuk menguji hipotesis parsial maka dapat dilakukan pengujian yang digunakan adalah uji t dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \sqrt{\frac{n-(k+1)}{1-r^2}}$$

Dimana :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah data

Pengujian uji t telah dilakukan maka hasil pengujian tersebut t hitung dibandingkan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika t hitung  $>$  t tabel maka H<sub>0</sub> ditolak. H<sub>a</sub> diterima.
- b. Jika t hitung  $<$  t tabel maka H<sub>0</sub> diterima. H<sub>a</sub> ditolak.

## 2. Uji F (Uji Hipotesis Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini peneliti mengajukan hipotesis dengan taraf nyata  $\alpha = 0,05$  sebagai berikut.

- Hipotesis 6

H<sub>0</sub>:  $\rho_{zyx} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y) melalui kepercayaan pelanggan (Z).

H<sub>a</sub>:  $\rho_{zyx} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y) melalui kepercayaan pelanggan (Z).

Untuk menguji hipotesis parsial maka dapat dilakukan pengujian yang digunakan adalah uji t dengan rumus sebagai berikut :

$$F \text{ hitung} = \frac{(n - k - 1) R^2}{k (1 - R^2)}$$

Dimana :

$R^2$  = Koefisien determinasi

K = Jumlah variabel independen

$n$  = Jumlah sampel

Nilai untuk uji F dilihat dari tabel distribusi F dengan  $\alpha = 0,05$  dan derajat bebas ( $n-k-1$ ), selanjutnya F hitung dibandingkan dengan F tabel dengan ketentuan sebagai berikut.

- a. Jika F hitung  $>$  F tabel, maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima.
- b. Jika F hitung  $<$  F tabel, maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak.

### 3.5.5 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel harga ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), kepuasan pelanggan (Y) dan kepercayaan pelanggan (Z) yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut:

#### a. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel harga ( $X_1$ ), variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ), kepuasan pelanggan (Y) dan kepercayaan pelanggan (Z) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya. Berikut adalah rumus koefisien determinasi:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

$r^2$  = Kuadrat dari koefisien ganda

100% = Pengali yang dinyatakan dalam persentase

b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh dari salah satu variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu:

$$Kd = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan:

B = Beta (nilai standar *liezed coefficients*)

*Zero order* = Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila:

Kd = 0, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, rendah.

Kd = 1, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, tinggi.

### 3.6 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada kepercayaan pelanggan sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa ke responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan. Responden tinggal memilih pernyataan yang sudah disediakan peneliti seperti adanya terdapat pilihan sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan

sangat tidak setuju. Responden tinggal memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti.

### **3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan kepada pelanggan J&T *Express* cabang Astanaanyar Bandung di Jalan Astana Anyar No. 109 Kel. Karanganyar, Kec. Astanaanyar, Kota Bandung, Jawa Barat 4024 dan waktu penelitiannya dimulai dari Januari 2022 sampai selesai.