

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah sebagai alat yang digunakan untuk mencapai tujuan dari penelitian untuk memecahkan suatu masalah. Penelitian kuantitatif Creswell (2020:48) adalah sebuah penyelidikan tentang masalah social berdasarkan pada pengujian sebuah teori yang terdiri dari variable-variabel, diukur dengan angka dan dianalisis dengan prosedur statistic

Sugiyono (2018:2) 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.

Sugiyono (2018:35) Metode Deskriptif "Metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan atau menguraikan fenomena yang ada, baik yang terjadi pada masa lampau maupun yang sedang berlangsung saat ini, tanpa memberikan perlakuan atau manipulasi terhadap variabel yang diteliti." Metode penelitian deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah yaitu untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai kinerja operasional, inovasi layanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan di J&T *Express* Majalengka Kota.

Penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2018;36) adalah suatu penelitian yang digunakan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah hipotesis diterima atau ditolak Metode verifikatif ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah di bab 1 yaitu untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh kinerja operasional dan inovasi layanan yang dilakukan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada kepercayaan pelanggan, dimana kepercayaan sebagai variable intervening.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti perlu menjelaskan deinisi variable penelitian dan juga memaparkan operasionalisasi variable penelitian. Karena hal tersebut merupakan suatu aspek yang memberikan informasi mengenai variable yang tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variable yang sudah didefinisikan konsepnya. Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi kinerja operasional (X1), inovasi layanan (X2), kepuasan pelanggan (Y) dan kepercayaan (Z). variable-variabel tersebut kemudian dibentuk dalam operasional variable berdasarkan dimensi, indikator, ukuran dan skala penelitian. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai variable dalam penelitian ini.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

(Juanim 2020:42) Variabel adalah setiap entitas yang dapat mengambil nilai yang berbeda Apa pun yang dapat bervariasi dapat dianggap sebagai variabel. Misalnya, usia dapat dianggap variabel karena usia dapat mengambil nilai yang

berbeda untuk orang yang berbeda atau untuk orang yang sama pada waktu yang berbeda..

(Sugiyono, 2018:66) “Variable 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 terdiri dari empat variable yang akan diuji keterkaitannya yaitu variable kinerja operasional (X1), variable inovasi layanan (X2), variable kepuasan pelanggan (Y) dan variable kepercayaan (Z). Adapun definisi dari masing-masing variable diantaranya:

1. Kinerja Operasional (X1)

Kinerja operasional didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional melalui penerapan praktik manajemen yang berkelanjutan, seperti lean manufacturing dan green supply chain management yang mencakup pengukuran biaya, kualitas, fleksibilitas, dan pengiriman Cankaya dan Sezen (2019:223).

2. Inovasi Layanan (X2)

Inovasi layanan melibatkan pengembangan dan penerapan ide-ide baru yang meningkatkan kualitas, efisiensi, atau pengalaman pelanggan dalam menerima layanan, serta seringkali mencakup aspek teknologi, proses, dan interaksi manusia (Den Hertog et al. 2020:223)

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dari suatu produk atau layanan dengan harapannya. (Kotler dan Armstrong 2020:70).

4. Kepercayaan Pelanggan (Z)

Kepercayaan pelanggan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat pelanggan mengenai objek, atribut dan manfaatnya (Mc Knight 2020 :312).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variable merupakan penjabaran dari konsep serta indikator untuk masing-masing variable penelitian. Penelitian ini terdiri dari variable yang akan diteliti yaitu Kinerja operasional (X1) dan Inovasi Layanan (X2) sebagai variable bebas, Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variable terikat dan Kepercayaan (Z) sebagai variable intervening. Berikut ini dapat dilihat pada tabel 3.1 mengenai konsep dan indikator variable.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Kinerja Operasional (X1) Kinerja operasional didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional melalui penerapan praktik manajemen yang berkelanjutan Cankaya dan Sezen (2019:223).	<i>Cost</i>	Biaya yang dikeluarkan J&T sesuai dengan kinerja operasional petugas dan	Menghitung semua biaya operasional (biaya tenaga kerja, bahan baku, overhead) dibagi dengan jumlah unit yang dihasilkan.	Ordinal
		Jumlah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan satu unit produk atau layanan.		Ordinal

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
	<i>Quality</i>	Kualitas kinerja petugas J&T sangat baik	Tingkat kualitas kinerja petugas sangat baik	Ordinal
		Produk layanan yang disediakan J&T layanan dengan kualitas terbaik	Tingkat kualitas layanan yang disediakan kualitas terbaik	Ordinal
	<i>Flexibility</i>	J&T mampu melayani permintaan sesuai dengan harapan pelanggan	Tingkat pelayanan sesuai dengan permintaan pelanggan	Ordinal
		Penggunaan teknologi pada pelayanan J&T dapat merespon dengan cepat permintaan pelanggan	Tingkat penggunaan teknologi pada saat merespon permintaan pelanggan	Ordinal
	<i>Delivery</i>	J&T menyediakan jasa pengiriman barang yang sampai dengan cepat kepada pelanggan	Tingkat kecepatan jasa pengiriman barang	Ordinal
		Layanan pengiriman barang sesuai dengan harapan pelanggan	Tingkat layanan pengiriman barang yang sesuai dengan harapan pelanggan	Ordinal
Inovasi Layanan (X2) Inovasi layanan melibatkan pengembangan dan penerapan ide-ide	Keunggulan <i>relative</i>	Penggunaan alat bantu dan teknologi dalam membrikan layanan seperti penggunaan computer dan timbangan	Tingkat penggunaan alat bantu dalam layanan	Ordinal

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
baru yang meningkatkan kualitas, efisiensi, atau pengalaman pelanggan dalam menerima layanan, serta seringkali mencakup aspek teknologi, proses, dan interaksi manusia (Den Hertog et al. 2020:223)		Perusahaan dan petugas mengutamakan kepentingan pelanggan dengan kualitas layanan dan produk yang diberikan	Tingkat perusahaan yang mengutamakan pelanggan	Ordinal
	Kompatibilitas	Perusahaan menyediakan fasilitas J&T yang dapat menunjang keinginan pelanggan	Tingkat penyediaan fasilitas untuk menunjang keinginan pelanggan	Ordinal
		Memberikan standar pelayanan yang jelas dan jaminan waktu dalam pengiriman barang	Tingkat standar layanan dan waktu pengiriman barang	Ordinal
	Kerumitan	Penggunaan jasa layanan J&T cukup mudah dan dapat dipahami	Tingkat kerumitan penggunaan layanan J&T	Ordinal
		Pelanggan tidak perlu datang ke J&T untuk mengambil barang.	Tingkat kemudahan dalam penerimaan barang	Ordinal
	Kemampuan yang di uji	Ujicoba pengembangan fasilitas dan sumber daya alam sesuai dengan harapan pelanggan	Tingkat ujicoba pengembangan fasilitas dan sumber daya perusahaan	Ordinal

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
		Ujicoba inovasi layanan dengan menerapkan pembayaran ditempat yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan	Tingkat ujicoba inovasi layanan dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan	Ordinal
	Kemampuan yang diamati	Perusahaan dapat mengembangkan layanan pengiriman barang yang lebih bagus sesuai keinginan pelanggan	Tingkat pengembangan layanan pengiriman barang yang sesuai dengan keinginan pelanggan	Ordinal
		Cara pelayanan petugas perusahaan yang ramah dan sopan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan	Tingkat cara pelayanan petugas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan	Ordinal
Kepuasan Pelanggan (Y) Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dari suatu produk atau layanan dengan harapannya. (Kotler	Harapan	Pelanggan merasa puas dengan kinerja pengiriman barang yang ditawarkan.	Tingkat kepuasan kinerja pengiriman barang yang ditawarkan	Ordinal
		Pelanggan merasa puas terhadap keseluruhan layanan yang diberikan	Tingkat kepuasan terhadap keseluruhan layanan	Ordinal
	Kinerja	Kinerja petugas yang baik dan ramah membuat pelanggan merasa puas	Tingkat kepuasan kinerja petugas	Ordinal

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
dan Armstrong 2020:70).		J&T melakukan inovasi layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan	Tingkat perbaikan inovasi layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan	Ordinal
	Perbandingan	Jangkauan pengiriman J&T <i>Ekspress</i> lebih luas	Tingkat jangkauan pengiriman barang	Ordinal
		Petugas melakukan pelayanan yang lebih cepat	Tingkat kecepatan layanan	Ordinal
	Pengalaman	J&T <i>Ekspress</i> mampu menjaga keamanan barang yang dikirim	Tingkat keamanan pengiriman barang	Ordinal
		Petugas memberikan pelayanan dengan tepat	Tingkat ketepatan saat pelayanan	Ordinal
	Konfirmasi	Pelanggan merasa puas dengan keseluruhan kinerja yang dilakukan petugas J&T	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja petugas	Ordinal
		Perubahan layanan yang dilakukan sudah sesuai dengan kepuasan pelanggan	Tingkat inovasi layanan yang sesuai harapan pelanggan	Ordinal
	Kepercayaan Pelanggan (Z) Kepercayaan pelanggan adalah	<i>Benevolence</i>	Keyakinan pelanggan kepada kinerja petugas J&T	Tingkat keyakinan pelanggan pada tanggung jawab perusahaan.

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
semua pengetahuan yang dimiliki oleh pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat pelanggan mengenai objek, atribut dan manfaatnya (Mcknight 2020 :58).		Keyakinan Pelanggan pda produk perusahaan yang berkualitas	Tingkat keyakinan pelanggan pada produk.layanan	Ordinal
	<i>Integrity</i>	Pelayanan jasa pengiriman barang yang diberikan telah sesuai harapan pelanggan	Tingkat pelayanan jasa yang diberikan sesuai dengan harapan.	Ordinal
		Jasa pengiriman barang J&T dapat dipercaya.	Tingkat jasa pengiriman dapat dipercaya.	Ordinal
	<i>Competence</i>	Kemampuan perusahaan memenuhi harapan	Tingkat kemampuan untuk memenuhi harapan.	Ordinal
		Kemampuan perusahaan memberikan layanan	Tingkat kemampuan dalam memberikan pelayanan.	Ordinal
	<i>Willingness to Depend</i>	Kesediaan menerima resiko atau konsekuensi negative yang mungkin terjadi	Tingkat kesediaan menerima risiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi.	Ordinal
		Pelanggan bersedia menggunakan jasa	Tingkat kesediaan	Ordinal

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
		pengiriman barang J&T Ekspres	pelanggan menggunakan jasa pengiriman.	
	<i>Subjective to Depend</i>	Kesediaan pelanggan untuk memberikan kritik dan saran kepada petugas J&T <i>Ekspres</i>	Menerima kritik dan saran kepada petugas J&T <i>Ekspres</i>	Ordinal
		Pelanggan yang bersedia mengikuti proses pemesanan barang di J&T	bersedia mengikuti proses pemesanan barang di J&T	Ordinal

3.3 Populasi dan Sampel

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

3.3.1 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 kesimpulannya (Sugiyono, 2018:80). Menentukan populasi menjadi 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* Cabang Majalengka Kota pada tahun 2023. Berikut tabel 3.2 jumlah pelanggan J&T *Express* Cabang Majalengka Kota pada tahun 2023.

Tabel 3.2
Jumlah Pelanggan J&T Express
Cabang Majalengka Kota pada tahun 2023

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
Jumlah		851
Rata-rata		70,91

Sumber : J&T *Express* Cabang Majalengka Kota

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian objek yang diambil dari keseluruhan objek yang akan diteliti atau dianggap mewakili keseluruhan populasi. (Saunders, Lewis, & Thornhill 2019;12) Sampel harus dipilih dengan metode yang tepat agar dapat mewakili populasi secara akurat. Metode sampling yang baik adalah kunci untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian.

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 adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan 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 digunakan dalam

penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi sampel (Heri Retnawati, 2020;10).

Tujuan penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* karena peneliti memiliki keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Adapun jenis-jenis teknik *non probability sampling* diantaranya *purposive sampling*, *accidental sampling*, *quota sampling*, *saturation sampling* dan *snowball sampling*. Untuk penelitian ini peneliti menggunakan jenis teknik *non probability sampling* yaitu *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan cara memilih siapa yang kebetulan dengan tidak sengaja dijumpai. Dengan demikian, *accidental sampling* berdasar pada factor spontanitas artinya siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan peneliti, maka orang tersebut dapat dijadikan sebagai sampel (responden) (Akhmad Fauzy, 2020;2).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan factor yang penting untuk keberhasilan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan datanya, siapa sumbernya dan apa alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data mengacu pada cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data yang digunakan untuk melaksanakan penelitian dan sesuai dengan penelitian tersebut. Menurut Sugiyono (2018:224) “teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam sebuah

penelitian, sebab tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data yang akurat sehingga tanpa mengetahui teknik pengumpulan data peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan.” Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Ita Suryani, 2020;4):

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan merupakan data yang diperoleh dengan cara melakukan survey lapangan yang ada hubungan dengan masalah yang diteliti. Survey tersebut dilakukan di J&T *Express* cabang Majalengka Kota. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer yang diperoleh melalui beberapa cara diantaranya:

a. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra sebagai alat bantu utamanya. Maksudnya yaitu observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra (Ita Suryani, 2020;5). Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara meninjau dan mengunjungi J&T *Express* Majalengka Kota yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

b. Wawancara

Sugiyono (2018:137) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah

respondennya sedikit/kecil (Ita Suryani, 2020:6). Wawancara dilakukan dengan Tanya jawab kepada manajemen J&T *Express* cabang Majalengka Kota 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* Cabang Majalengka Kota. Hal ini mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat pelanggan mengenai kinerja operasional karyawan, inovasi layanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi 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 pembandingan 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 variable dari seluruh responden, menyajikan

data tiap variable yang akan 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 variable independen yaitu kinerja operasional dan inovasi layanan terhadap variable dependen yaitu kepuasan pelanggan dan dampaknya pada variable *intervening* yaitu kepercayaan pelanggan.

3.5.1 Uji Instrumen

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

Uji instrument 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 reabilitas 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.

3.5.2 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Sugiyono (2018:125) validitas adalah derajat yang menyatakan suatu tes mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas mengacu pada sejauh mana suatu instrument dalam menjalankan fungsi. Suatu alat pengukur dikatakan valid, apabila alat itu mengukur apa yang perlu diukur oleh alat tersebut misalnya mengukur berat suatu benda dengan menggunakan timbangan.

Cara untuk mencari nilai validitas dari sebuah item adalah dengan mengkorelasikan skor item dengan total skor item-item dari variable tersebut. Metode korelasi yang digunakan adalah *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

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

Dimana :

r_{hitung} = Koefisien korelasi

X = Skor yang diperoleh dari subjek tiap item

Y = Skor total instrumen

n = Banyak responden

untuk menginterpretasikan tingkat validitas maka koefisien korelasi dikategorikan pada kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.3
Kriteria Validitas Instrumen Tes

Nilai r	Interpretasi
0.81 – 1.00	Sangat Tinggi
0.61 – 0.80	Tinggi
0.41 – 0.60	Cukup
0.21 – 0.40	Rendah
0.00 – 0.20	Sangat Rendah

3.5.3 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. (Sugiyono, 2018:209) 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 dalam penelitian ini adalah *method Alpha Cronbach (CA)* merupakan statistic 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 bagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan 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 = Koefisien korelasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = variable nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadrat total skors reliabilitas

$\sum B^2$ = Jumlah kuadrat total skor genap

$\sum AB$ = Jumlah perkalian skor jawaban gankil dan 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 minimal 0,7 ganjil.

setelah nilai reliabilitas instrument (r_b hitung) diperoleh, nilai tersebut selanjutnya akan dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut hasil keputusannya:

- a. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrument tersebut dikatakan reliable.
- b. Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrument tersebut dikatakan tidak reliable.

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabelitas. Maksudnya ialah alat ukur yang digunakan harus konsisten sehingga untuk mengetahui kekonsistensinya dilakukan uji reliabilitas ini.

Berkenaan dengan hal tersebut, keandalan suatu alat ukur dilihat dengan menggunakan pendekatan secara statistic yaitu melalui koefisien reliabilitas yang mana dapat dilihat bahwa apabila koefisien reliabilitas dari instrument penelitian lebih besar dari 0,700 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliable atau dengan kata lain disebut konsisten.

3.5.4 Analisis Deskriptif

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

$$\sum p = \frac{\sum \text{Jawaban kuesioner}}{\sum \text{pertanyaan} \times \sum \text{responden}} = \text{Skor rata - rata}$$

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka hasil tersebut selanjutnya diinterpretasikan dengan bantuan alat tabel kontinum sebagai berikut:

Dimana untuk nilai tertinggi = 5 dan nilai terendah = 1, maka :

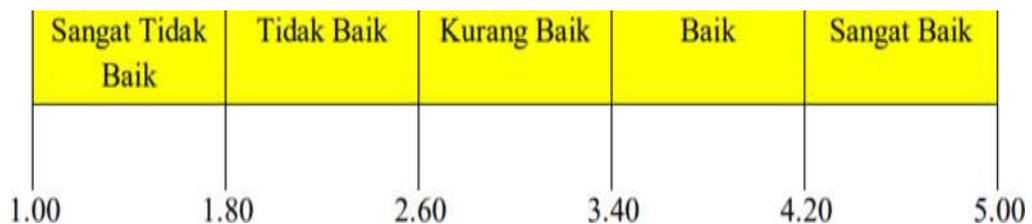
$$\text{Interval} = 5 - 4 = 1$$

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

Tabel 3. 4
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 (2018:97)



Gambar 3.1
Garis Kontinum

Tabel 3. 5
Kategori Skala per Variabel

Variabel	Kategori
Kinerja Operasional	Sangat Tidak Baik
	Tidak Baik
	Kurang Baik

Variabel	Kategori
	Baik
	Sangat Baik
Inovasi Layanan	Sangat Tidak Baik
	Tidak Baik
	Kurang Baik
	Baik
	Sangat Baik
Kepuasan Pelanggan	Sangat Tidak Puas
	Tidak Puas
	Kurang Puas
	Puas
	Sangat Puas
Kepercayaan Pelanggan	Sangat Tidak Percaya
	Tidak Percaya
	Kurang Percaya
	Percaya
	Sangat Percaya

3.5.5 Analisis Verifikatif

Analisis Verifikatif digunakan dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistic. Analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variable atau lebih (Sugiyono, 2018:69). Dalam penelitian ini, ada beberapa metode statistic yang digunakan penulis seperti analisis regresi linear berganda, analisis korelasi berganda dan analisis koefisien determinasi.

3.5.5.1 Methode of Succesive Interval (MSI)

Methode of Succesive Internal (MSI) merupakan metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval. Data peneliti

peroleh dari hasil penyebaran kuesioner yang masih merupakan data ordinal yang masih harus ditransformasikan menjadi data interval untuk memenuhi syarat statistic parametik dengan analisis regresi dan analisis korelasi untuk menganalisis dan mengkaji rumusan masalah penelitian. Oleh karena itu, peneliti menggunakan *Method of Succesive Internal* (MSI) untuk mentransformasikan data ordinal menjadi data interval. Berikut ini langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk menganalisis data dengan menggunakan *Method of Succesive Internal* (MSI) sebagai berikut:

- 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 tabel distribusi nirmal standar tentukan nilai Z
Untuk data > 30 dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal
- 6) Menentukan nilai skala (*scale value / SV*)

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

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

$$y = SV + [K]$$

Dimana

$$K = 1 [SVmin]$$

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

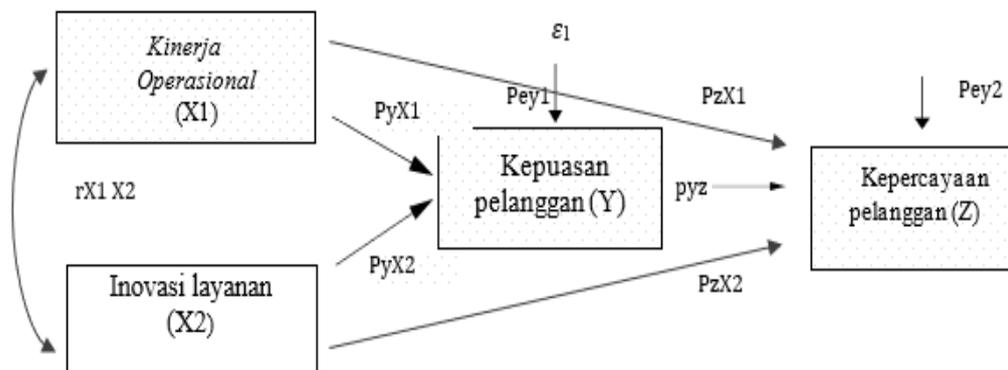
3.5.5.2 Metode Analisis Jalur (Path Analysis)

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 variable independen dengan variable dependen. 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". Manfaat model analisis jalur ini ialah untuk memperjelas terhadap fenomena yang dipelajari atau permasalahan yang diteliti. Prediksi nilai variable terikat (Y) berdasarkan nilai variable bebas (X) dan prediksi dengan analisis jalur ini bersifat kualitatif. Faktor dominan terhadap variable terikat (Y) dapat digunakan untuk menelusuri mekanisme pengaruh variable bebas (X) terhadap variable (Y). Alasan peneliti menggunakan analisis jalur ini karena peneliti ingin mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung dari setiap variable yang diteliti.

3.5.5.3 Diagram jalur (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 variable independen, intervening (intermediary) dan dependen.variable yang dianalisis kualitasnya dibedakan menjadi dua golongan yaitu variable eksogen dan variable endogen.

Variable eksogen dalam suatu model jalur ialah semua variable yang tidak ada penyebab eksplisitnya atau dalam diagram tidak ada anak panah yang menuju kearahnya. Jika antar variable eksogen dikorelasika, maka korelasi tersebut ditunjukkan dengan anak panah kepala dua yang menghubungkan variable-variabel tersebut. Sedangkan, variabel endogen adalah variabel yang variasinya terjelaskan oleh variabel eksogen ataupun variabel endogen lain dalam sistem. Juanim (2020:58).



Gambar 3.2
Model Hubungan struktur antara variable penelitian
Sumber : Diolah Peneliti

3.5.5.4 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 py_x di estimasikan dengan korelasi sederhana (*simple correlation*) antara X dan Y jadi $py_x = r_{xy}$ (Juanim, 2020:59).

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 py_x di estimasikan dengan korelasi sederhana (*simple correlation*) antara X dan Y jadi $py_x = r_{xy}$.

Untuk lebih jelasnya mengenai koefisien jalur dapat dilihat pada sebuah path diagram yang ada pada gambar 3.1 dimana pada gambar dapat dilihat koefisien jalur sebagai berikut:

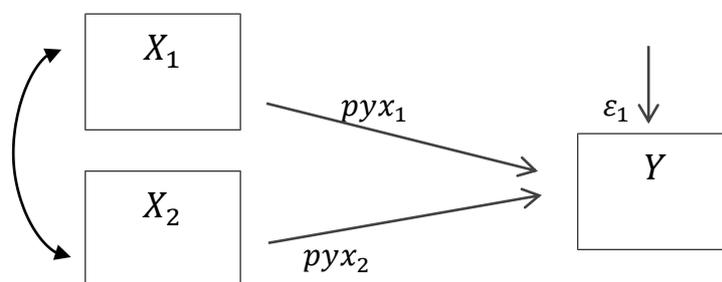
- 1) py_{x1} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X_1 terhadap Y
- 2) py_{x2} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X_2 terhadap Y
- 3) py_z adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung Y terhadap Z
- 4) pz_{x1} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X_1 terhadap Z
- 5) pz_{x2} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X_2 terhadap Z
- 6) pe_{y1} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung ε_1 terhadap Y
- 7) pe_{z2} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung ε_2 terhadap Z

3.5.5.5 Persamaan Struktural

Dalam analisis jalur juga dapat ditampilkan bentuk persamaan yang biasa disebut persamaan structural. Persamaan structural menggambarkan hubungan sebab akibat antar variable yang diteliti, yang dinyatakan dalam bentuk persamaan sistematis. Analisis ini dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

$$1) Y = pyx_1 + pyx_2 + \varepsilon_1$$

Persamaan structural 1 menyatakan bahwa hubungan kausal dari X_1 dan X_2 ke Y . digambarkan pada gambar 3.2 berikut:



Gambar 3. 3
Model Struktur 1 Hubungan X_1 , X_2 dengan Y

Dimana:

X_1 = Kinerja Operasional

X_2 = Inovasi Layanan

Y = Kepuasan Pelanggan

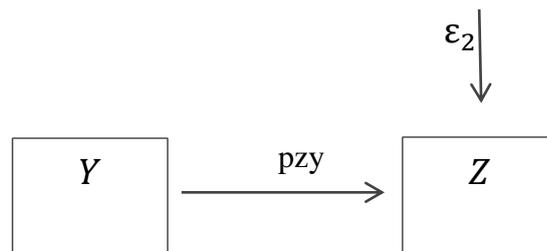
ε = Faktor yang mempengaruhi Y selain X

Keterangan : pyx_1 dan pyx_2 = nilai korelasi kinerja operasional dan inovasi layanan.

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

$$2) Z = p_{zx1} + p_{zx2} + p_{zy} + \varepsilon_2$$

Persamaan structural II menyatakan kausal dari Y ke Z digambarkan dalam diagram Gambar 3.3 :



Gambar 3. 4

Model Struktural Hubungan Y dengan Z

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

Z = Kepercayaan Pelanggan

ε = Faktor yang mempengaruhi Y dan Z

Keterangan : p_{zy} = Faktor yang mempengaruhi Z selain Y

3.5.5.6 Pengaruh Langsung Tidak Langsung

Berdasarkan diagram jalur dapat dilihat bagaimana pengaruh langsung dan tidak langsung tersebut. Pengaruh langsung adalah pengaruh dari satu variable independen ke variable dependen, tanpa melalui variable dependen lainnya. Sedangkan pengaruh tidak langsung adalah situasi dimana variable independen mempengaruhi variable dependen atau variable lain yang disebut variable

intervening (intermedari) dalam Juanim (2020:62). Pengaruh langsung dan 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:

$$X_1 \longrightarrow Y ; pyx1$$

$$X_2 \longrightarrow Y ; pyx2$$

$$Y \longrightarrow Z ; pzy$$

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:

$$X_1 \longrightarrow Y \longrightarrow Z : pyx1 . pzy$$

$$X_2 \longrightarrow Y \longrightarrow Z : pyx2 . pzy$$

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.

3.5.6 Uji Hipotesis

Sugiyono (2018:63) 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 alternative (H_a), penetapan nilai uji statistic dan tingkat signifikan serta kriteria. Uji hipotesis antara variable Kinerja Operasional (X_1), Inovasi Layanan (X_2), Kepuasan pelanggan (Y) dan Kepercayaan (Z) dengan menggunakan uji simultan dan parsial.

3.5.6.2 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.

a) Hipotesis

H_0 : $\rho_{zyx} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh kinerja operasional (X_1) dan inovasi layanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) melalui kepercayaan pelanggan (Z).

H_a : $\rho_{zyx} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh kinerja operasional (X_1) dan inovasi layanan (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 :

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

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.

3.5.6.1 Uji t (Uji Hipotesis Parsial)

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

a) Hipotesis 1

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

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

b) Hipotesis 2

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

H1: $\rho_{yx_2} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh variabel inovasi layanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

c) Hipotesis 3

H0: $\rho_{zy} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh variabel kepuasan pelanggan (Y) terhadap kepercayaan pelanggan (Z).

Ha: $\rho_{zy} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh variabel kepuasan pelanggan (Y) terhadap kepercayaan (Z)

d) Hipotesis 4

H0: $\rho_{zx_1} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh variabel kinerja operasional (X_1) terhadap kepercayaan (Z).

Ha: $\rho_{zx_1} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh variabel kinerja operasional (X_1) terhadap kepercayaan (Z)

e) Hipotesis 5

- H0: $\rho_{zx_2} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepercayaan (Z).

- Ha: $\rho_{zx_2} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_2) 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 $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak. H_a diterima.
- b. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima. H_a ditolak.

3.5.7 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variable kinerja operasional (X_1), inovasi layanan (X_2), kepuasan pelanggan (Y) dan kepercayaan pelanggan (Z) yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yaitu dengan melakukan analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial dengan rumus sebagai berikut:

1) Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variable kinerja operasional (X_1), inovasi layanan (X_2), kepuasan pelanggan (Y) dan kepercayaan pelanggan (Z) yang merupakan hasil pangkat dua dari koefisien korelasi. Menurut Sugiyono (2017:250), rumus untuk menghitung koefisien determinasi yaitu:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Dimana:

KD = Koefisien Determinasi (seberapa besar perubahan variable terikat)

R^2 = Koefisien korelasi (kuadrat korelasi berganda)

2) Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis determinasi parsial adalah digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variable kinerja operasional (X_1), inovasi layanan (X_2), kepuasan pelanggan (Y) dan kepercayaan pelanggan (Z) secara parsial. Menurut Sugiyono (2017:251) rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu:

$$KD = B \times \text{ZeroOrder} \times 100\%$$

Keterangan:

B = Beta (nilai *standardized coefficients*)

Zero Order = Matrik Korelasi variable bebas dengan variable terikat.

Dimana Apabila:

KD = 0, artinya pengaruh variable X terhadap Y lemah

KD = 1, artinya pengaruh variable X terhadap Y kuat

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 PT.Global J&T *Express* cabang kab.Majalengka yang berada di Jl.Raya K.H Abdul Halim, No.180, Majalengka Kulon, Kab.Majelengka, Jawa Barat 45418 dan waktu penelitiannya Mei 2024 sampai selesai.