

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

#### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220. Alasan peneliti memilih di tempat tersebut karena berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan di tempat tersebut, terdapat permasalahan mengenai Loyalitas pelanggan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang disebabkan kualitas layanan dan Kepuasan pelanggan yang kurang baik.

#### **2. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini berlangsung selama empat bulan, yaitu dimulai dari bulan Maret 2021 sampai bulan Juni 2021. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti untuk mencurahkan perhatian dalam melakukan penelitian.

### **B. Pendekatan Penelitian**

#### **1. Metode**

Pada penelitian kali ini metode yang digunakan adalah metode survei. Survei menurut (Sugiyono, 2019) adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar sampai kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari

sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan - hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena ingin mengetahui hubungan antar variabel sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai.

## 2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

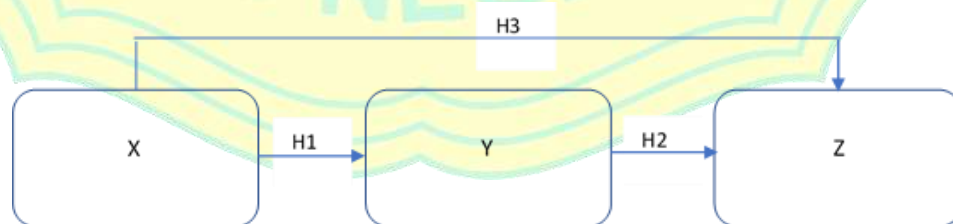
Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan pada penelitian ini adalah:

H1 : Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

H2 : Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan.

H3 : Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan.

Maka konstelasi hubungan antar variabel dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 3. 1** Konstelasi Hubungan Antarvariabel

Keterangan:

Variabel independen (X) : Kualitas Layanan  
Variabel independen (Y) : Kepuasan pelanggan  
Variabel dependen (Z) : Loyalitas pelanggan  
→ : Arah Hubungan

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2019) 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. Populasi penelitian kali ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang pernah melakukan pemesanan layanan aplikasi ojek *online* di Grab.

### 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari populasi itu, sampel pada penelitian ini diambil secara *purposive*. Menurut sugiono *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan mempertimbangkan sesuatu. Untuk penelitian ini sampel nya adalah mahasiswa pengguna layanan aplikasi ojek *online* Grab, atau yang sudah 3x

atau lebih menggunakan aplikasi ojek *online* Grab. Sampel berjumlah 200 mahasiswa berasal dari fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Menurut Hair et al. (Jr et al., 2019) terdapat beberapa hal yang dapat digunakan sebagai pedoman untuk menentukan ukuran sampel dalam analisis *structural equation modeling* (SEM), yaitu:

1. Ukuran sampel 100 - 200 untuk teknik estimasi *maximal likelihood* (ML).
2. Bergantung pada jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya adalah 5 - 10 kali jumlah parameter yang diestimasi.
3. Bergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel bentukan. Jumlah sampel adalah jumlah indikator variabel bentukan, yang dikali 5 sampai dengan 10. Apabila terdapat 20 indikator, besarnya sampel adalah antara 100 - 200.
4. Jika sampelnya sangat besar, peneliti dapat memilih teknik estimasi tertentu.

Berdasarkan penelitian terdahulu dapat dilihat bahwa sampel yang digunakan berkisar 100 - 300 sampel. Hal ini didukung oleh Hair et al. (Jr et al., 2019) pada poin pertama bahwa ketentuan ukuran sampel 100 – 200 untuk teknik estimasi *maximum likelihood* (ML), hal ini telah memenuhi kriteria jumlah minimal sampel.

## D. Penyusunan Instrumen

Pada penelitian ini terdapat 3 variabel yaitu, Loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen (variabel Z), kemudian kualitas layanan sebagai variabel independen (variabel X) dan Kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (variabel Y).

### 1. Variabel Dependen (Loyalitas Pelanggan)

#### a. Definisi Konseptual

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Loyalitas pelanggan, Loyalitas pelanggan merupakan kesetiaan konsumen terhadap satu perusahaan atau *brand* yang ditandai dengan pembelian secara terus menerus atau merekomendasikan kepada orang lain.

#### b. Definisi Operasional

Terdapat 4 indikator Loyalitas pelanggan yang diungkapkan oleh (Griffin J, 2005:31) yaitu:

- 1) Melakukan pembelian ulang secara teratur
- 2) Membeli antar lini produk barang dan jasa.
- 3) Mereferensikan pada orang lain.
- 4) Kebal terhadap produk pesaing.

## 2. Variabel independen (Kualitas layanan)

### a. Definisi Konseptual

Variable independen yang pertama dalam penelitian ini adalah kualitas layanan. Kualitas layanan merupakan layanan yang diberikan perusahaan guna memenuhi kebutuhan konsumen.

### b. Definisi Operasional

Terdapat 5 Dimensi untuk mengukur kualitas yang diungkapkan oleh Tjiptono dalam (Bismo et al., 2018) yaitu :

- 1) *Reliability*, terkait dengan perusahaan kemampuan untuk memberikan layanan secara tepat seperti yang dijanjikan.
- 2) *Responsiveness*, terkait dengan kemauan dan kemampuan perusahaan dalam membantu pelanggan mereka dalam penyaluran uang diberikan dengan benar.
- 3) *Assurance*, terkait dengan pekerja pengetahuan dan kesopanan dan mereka kemampuan dalam membangun kepercayaan dan pemberi kepercayaan.
- 4) *Empathy*, menunjukkan bagaimana perusahaan memahami tujuan pemberi pada memberi donasi, dan memberi kasih sayang secara pribadi kepada pemberi.
- 5) *Tangibles*, berhubungan dengan fisik tampilan fasilitas layanan, itu alat, pekerja, dan perusahaan materi komunikasi

### 3. Variabel Intervening (Kepuasan Pelanggan)

#### a. Definisi Konseptual

Variabel intervening adalah Kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah apakah hal yang dirasakan oleh konsumen sesuai dengan apa yang diharapkan, semakin besar harapan konsumen yang tercapai maka semakin besar juga rasa puas yang dirasakan.

#### b. Definisi Operasional

Indikator Kepuasan pelanggan menurut (Kotler, Ang 2011) ada 3 yaitu:

- 1) Kinerja (Perceived Performance)
- 2) Harapan (Expectations)
- 3) Kepuasan Menyeluruh (Overall Satisfaction)

**Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian**

| Variabel                                | Indikator Asli   | Indikator Adaptasi  | Skala Pengukuran    | Sumber               |
|---|--|---|---------------------|----------------------|
| <b>Loyalitas pelanggan (Variabel Z)</b> | 1.Melakukan pembelian ulang secara teratur<br>2.Membeli antar lini produk barang dan jasa.<br>3.Mereferensikan pada orang lain.<br>4.Kebal terhadap produk pesaing | 1. Melakukan pembelian ulang secara teratur ojek online di aplikasi grab.<br>2. Membeli antar lini produk jasa di aplikasi grab.<br>3. Mereferensikan pada orang lain untuk menggunakan ojek online grab.<br>4. kebal terhadap produk pesaing | Skala <i>Likert</i> | (Griffin J, 2005:31) |

aplikasi ojek online lainnya.

|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
| <b>Kualitas Layanan (variabel X)</b><br><b>Dimensi :</b><br><b>1. Reliability</b><br><b>2. Responsiveness</b><br><b>3. Assurance</b><br><b>4. Empathy</b><br><b>5. Tangibles</b> | <p>1. <i>GO - JEK always provide good service</i></p> <p>2. <i>GO - JEK employees always provide timely service.</i></p> <p>3. <i>How to drive a reliable driver.</i></p> <p>4. <i>GO - JEK vehicles are worth driving.</i></p> <p>5. <i>Helmets which is used to meet the Indonesian National Standard (SNI).</i></p> <p>6. <i>GO - JEK provides timely service</i></p> <p>7. <i>GO - JEK gives a friendly impression</i></p> <p>8. <i>GO - JEK provides a sense of security.</i></p> <p>9. <i>Consumers get safety attributes (helmet and mask).</i></p> <p>10. <i>Consumer safety guaranteed by GO - JEK company</i></p> <p>11. <i>GO - JEK company responded to complaint.</i></p> | <p>1. GRAB selalu memberikan layanan yang baik</p> <p>2. Karyawan GRAB selalu memberikan layanan tepat waktu.</p> <p>3. Cara mengemudikan pengemudi yang andal.</p> <p>4. Kendaraan GRAB layak dikendarai.</p> <p>5. Helm yang digunakan memenuhi Standar Nasional Indonesia (SNI).</p> <p>6. GRAB menyediakan layanan tepat waktu</p> <p>7. GRAB memberikan kesan yang bersahabat</p> <p>8. GRAB memberikan rasa aman.</p> <p>9. Konsumen mendapatkan atribut keselamatan (helm dan masker).</p> <p>10. Keamanan konsumen dijamin oleh perusahaan GRAB</p> | <p>Skala Likert (Bismo et al., 2018) (Iskandar et al., 2019)</p> |
|--|--|---|--|



|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| <b>Kepuasan pelanggan (variabel Y)</b><br><b>Dimensi :</b><br><b>1. Kinerja</b><br><b>2. Harapan</b><br><b>3. Kepuasan Menyeluruh</b> | <i>1. Has an easy - to - use feature.</i><br><i>2. GO - JEK application can be downloaded on any smartphone.</i><br><i>3. Application security is assured from viruses.</i><br><i>4. Complaints responded well</i><br><i>5. GO - JEK reservations are fast.</i><br><i>6. How to drive comfortable and safe driver.</i><br><i>7. Drivers are always friendly to consumers.</i><br><i>8. Can serve the consumer well.</i><br><i>9. Driver to be polite.</i><br><i>10. Prices are very competitive.</i><br><i>11. Affordable prices.</i><br><i>12. Easy payment.</i> | 11. Perusahaan GRAB menanggapi pengaduan.<br>1. Memiliki fitur yang mudah digunakan.<br>2. Aplikasi GRAB dapat diunduh di smartphone apa pun.<br>3. Keamanan aplikasi terjamin dari virus.<br>4. Keluhan ditanggapi dengan baik<br>5. Pemesanan GRAB cepat.<br>6. Cara berkendara pengemudi yang nyaman dan aman.<br>7. Pengemudi selalu ramah kepada konsumen.<br>8. Dapat melayani konsumen dengan baik.<br>9. Pengemudi bersikap sopan.<br>10. Harga sangat bersaing.<br>11. Harga yang terjangkau.<br>12. Pembayaran mudah. | Skala Likert (Kotler,Ang , 2011)<br>(Iskandar et al., 2019) |
|---|---|---|---|

Sumber: data diolah oleh peneliti

#### 4. Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data menggunakan skala *likert* terdapat 5 *point*. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan pandangan individu atau sekelompok orang tentang permasalahan sosial. Untuk mengisi kuesioner responden dapat memilih salah satu dari 5 alternatif yang tersedia. Pengukuran dengan skala likert yang dapat digunakan sebagai berikut:

**Tabel 3. 2 Skala Penilaian Instrumen**

| <b>Pilihan</b>            | <b>Positif (+)</b> |
|---------------------------|--------------------|
| Sangat Setuju (SS)        | 5                  |
| Setuju (S)                | 4                  |
| Kurang Setuju (KS)        | 3                  |
| Tidak Setuju (TS)         | 2                  |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1                  |

Sumber: Sugiyono 2019

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer, dengan menyebarkan kuesioner. Karena menurut (Sugiyono, 2019) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dilakukan dengan memberi pertanyaan kepada responden yang berada di fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan pernah melakukan penggunaan jasa transportasi grab

minimal 3 kali. Pertanyaan yang diajukan akan disebarakan sebelum dan sesudah penelitian, serta dilakukan secara *online* melalui *google form*. Selain itu, Peneliti juga menggunakan data sekunder berupa informasi yang diperoleh melalui catatan Badan Pusat Statistik (BPS), artikel dan sumber referensi lainnya.

## **F. Teknik Analisis Data**

### **1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui secara deskriptif hasil dari penelitian yang diperoleh melalui instrumen yang telah diberikan kepada sampel yang dipilih. Pendekatan teknik analisis deskriptif dalam hal ini antara lain penyajian data melalui tabel atau grafik serta perhitungan data dengan menggunakan frekuensi dan penggunaan persentase. Menurut (Sugiyono, 2019:207) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

## 2. Uji Validitas

Dalam penelitian ini salah satu uji yang dilakukan adalah uji validitas. Menurut (Malhotra & Hall, 2015:226) skala validitas dapat didefinisikan sebagai sejauh mana perbedaan skor skala yang diamati mencerminkan perbedaan sejati antara objek - objek pada karakteristik yang sedang diukur pada eror sistematis atau acak. Uji validitas yang digunakan untuk mengetahui kelayakan butir - butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.

Pengukuran validitas sangat penting dilakukan dalam penilaian kuesioner. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang digunakan untuk penelitian. Instrumen yang reliabel belum tentu valid. Menurut (Malhotra & Hall, 2015:226) validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi korelasi yang signifikan antar variabel. Untuk melihat korelasi dalam validitas maka digunakan analisis faktor. Analisis faktor merupakan metode *multivariate* yang digunakan untuk menganalisis variabel - variabel yang diduga memiliki ketertarikan satu sama lain. Analisis faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah EFA (*Exploratory Factor Analysis*) dan CFA (*Confirmation Factor Analysis*).

Menurut Hair et al. (Jr et al., 2019) validitas konvergen pada EFA tercapai bila indikator - indikator dari sebuah variabel tertentu mengelompok pada satu komponen dengan nilai *factor loading* sebesar

batasan yang telah ditentukan berdasarkan jumlah sampel penelitian. Pedoman nilai *factor loading* pada EFA berdasarkan jumlah sampel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3. 3 Ukuran Factor Loading**

| <b>Factor Loading</b> | <b>Jumlah Sampel</b> |
|-----------------------|----------------------|
| 0.30                  | 350                  |
| 0.35                  | 250                  |
| 0.40                  | 200                  |
| 0.45                  | 150                  |
| 0.50                  | 120                  |
| 0.55                  | 100                  |
| 0.60                  | 85                   |
| 0.65                  | 70                   |
| 0.70                  | 60                   |
| 0.75                  | 50                   |

Sumber: Hair et al. 2019

Pada penelitian ini peneliti menggunakan sampel 200 responden yang berarti peneliti menggunakan *factor loading* 0.35, pengisian *factor loading* tidak boleh mengurangi atau melebihi, harus sesuai dengan dengan jumlah sampel yang didapatkan oleh peneliti.

### **3. Uji Reliabilitas**

Menurut Hair et al. (Jr et al., 2019) reliabilitas adalah penilaian tingkat konsistensi antara beberapa pengukuran variabel. Salah satu bentuk reliabilitas adalah tes - tes ulang, dimana konsistensi diukur antara respons untuk seorang individu pada dua titik waktu. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa tanggapan tidak terlalu bervariasi antar periode waktu

sehingga pengukuran yang diambil pada titik waktu manapun dapat reliabel. Pada penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan teknik cronbach's alpha ( $\alpha$ ) yang menyatakan sebuah kuesioner reliabel jika memiliki nilai alpha di atas 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan 0,8 adalah baik. Rumus cronbach's alpha dituliskan sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Dimana:

- $r_{11}$  : Reliabilitas instrumen  
 $\sigma b^2$  : Jumlah varians butir  
 $K$  : Banyaknya butir pertanyaan  
 $\sigma t^2$  : Jumlah varians total

#### 4. Uji Hipotesis

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan *software* AMOS 21. Menurut (Sugiyono, 2019) SEM dideskripsikan sebagai suatu analisis yang menggabungkan pendekatan analisis faktor (*factor analysis*), model struktural (*structural model*) dan analisis jalur (*path analysis*). Metode

analisis dilakukan untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS for windows versi 25 dan SEM (*Structural Equation Model*) dari paket statistik AMOS versi 21 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian.

Dengan menggunakan perangkat lunak SEM, tidak hanya hubungan kausalitas (langsung dan tidak langsung) pada variabel atau konstruk yang diamati dapat terdeteksi, tetapi komponen - komponen yang berkontribusi terhadap pembentukan konstruk itu sendiri dapat ditentukan besarnya. Sehingga hubungan kausalitas di antara variabel atau konstruk menjadi lebih informatif, lengkap dan akurat.

Menurut (Sanusi, 2011) terdapat beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk menguji model SEM layak atau tidak. Yang pertama adalah dengan menguji ada atau tidaknya nilai taksiran yang rusak. Nilai yang rusak bias terjadi pada bagian model pengukuran. Langkah berikutnya adalah melakukan uji kecocokan berdasarkan *fit indices*. *Fit indices* pada SEM terbagi menjadi tiga bagian yaitu:

1) *Asolute Fit Indices*

*Asolute Fit Indices* adalah ukuran kecocokan model secara keseluruhan (model struktural dan model pengukuran) terhadap matriks korelasi dan matriks korelasi dan matriks kovarians.

a. *Chi - Square* (CMIN)

*Chi - Square* merupakan alat ukur yang paling mendasar untuk mengukur overall fit. *Chi - Square* ini bersifat sangat *sensitive* terhadap besarnya sampel yang digunakan. Bila jumlah sampel yang digunakan cukup besar yaitu lebih dari 200 sampel, maka *chi - square* harus di dampingi oleh alat uji lainnya. Model yang diuji akan dipandang baik atau memuaskan bila nilai *chi - square* rendah. Semakin kecil nilai *chi - square* (CMIN) maka semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas ( $p$ ) dengan *cut off value* sebesar  $p > 0,05$ . Sampel yang terlalu kecil (kurang dari 50) maupun sampel yang terlalu besar akan sangat mempengaruhi *chi - square*. Oleh karena itu, penggunaan *chi - square* hanya sesuai bila ukuran sampel adalah antara 100 dan 200. Bila ukuran sampel diluar rentang itu, uji signifikansi menjadi kurang reliabel, maka pengujian ini perlu dilengkapi dengan alat uji lainnya.

b. CMIN/DF

CMIN/DF dihasilkan dari statistik *chi - square* (CMIN) dibagi dengan *Degree of Freedom* (DF) yang merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat fit sebuah model. CMIN/DF yang diharapkan adalah sebesar  $\leq 2,00$  yang menunjukkan adanya penerimaan dari model.



c. RMSEA

Indeks ini dapat digunakan untuk mengkompetensi statistik *chi - square* dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi. Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model.

2) *Incremental Fit Indices*

*Incremental Fit Indices* merupakan pengukuran kecocokan yang bersifat relative, digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan oleh peneliti.

a. TLI (*Tucker Lewis Index*)

Nilai yang diharapkan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah sebesar  $>0.95$  dan nilai yang mendekati 0.1 menunjukkan *very good fit*.

b. CFI (*Comparative Fit Index*)

Indeks ini tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model. Besaran indeks CFI berada pada rentang 0 - 1, dimana semakin dianjurkan untuk digunakan karena indeks - indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi pula oleh kerumitan model.

### 3) Parsimony Fit Indices

*Parsimony Fit Indices* adalah untuk melakukan penyesuaian terhadap pengukuran fit untuk dapat dibandingkan antar model dengan jumlah koefisien yang berbeda.

**Tabel 3. 4 Goodness of Fit Indices**

| Goodness of Fit Indices Value | Cut - off Value |
|-------------------------------|-----------------|
| Probabilitas                  | $\geq 0.05$     |
| CMIN/DF                       | $\leq 2.00$     |
| TLI                           | $\geq 0.95$     |
| CFI                           | $\geq 0.95$     |
| RMSEA                         | $\leq 0.08$     |

Sumber: Sanusi 2011

### G. Pilot Study

Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan *pilot study* untuk menguji cobakan instrumen yang telah disusun dengan cara menyebar 50 kuesioner kepada responden yang sudah menggunakan aplikasi ojek online Grab pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

*Pilot study* adalah suatu percobaan penelitian dalam lingkup yang kecil guna untuk melihat hasil dari peneliti yang nantinya akan diteliti secara besar (P. Sam Daniel, 2011). Adapun keuntungan dari pelaksanaan pilot study ini, diantara lain adalah sebagai berikut:

1. Memberi peringatan lebih awal tentang dimana kemungkinan penelitian utama akan ke gagal.

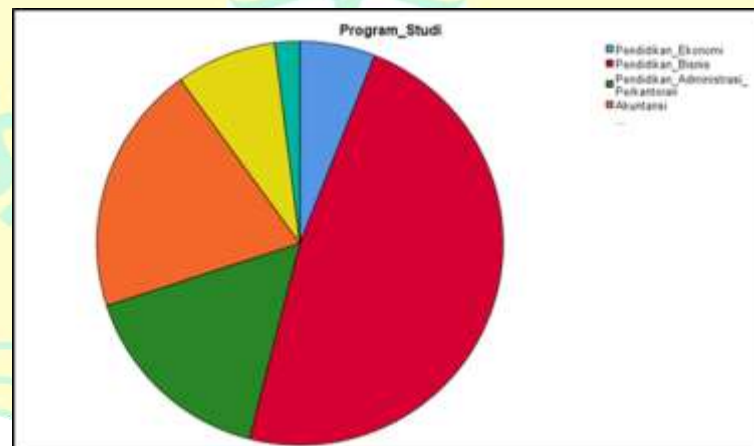
2. Menjadi petunjuk kepada peneliti bagian mana yang akan gagal dalam penelitian besar nanti.
3. Memastikan apakah metode atau instrument yang diusulkan atau direncanakan oleh peneliti cukup baik, atau terlalu rumit.

## H. Hasil Pilot Study

### 1. Deskripsi Data

**Tabel 3. 5 Pilot Study Program Studi**

| Program Studi                       | Jumlah | Persen |
|-------------------------------------|--------|--------|
| Pendidikan_Ekonomi                  | 3      | 6%     |
| Pendidikan_Bisnis                   | 24     | 48%    |
| Pendidikan_Administrasi_Perkantoran | 8      | 16%    |
| Akuntansi                           | 10     | 20%    |
| Manajemen                           | 4      | 8%     |
| Manajemen Pemasaran                 | 1      | 2%     |
| Total                               | 50     | 100%   |



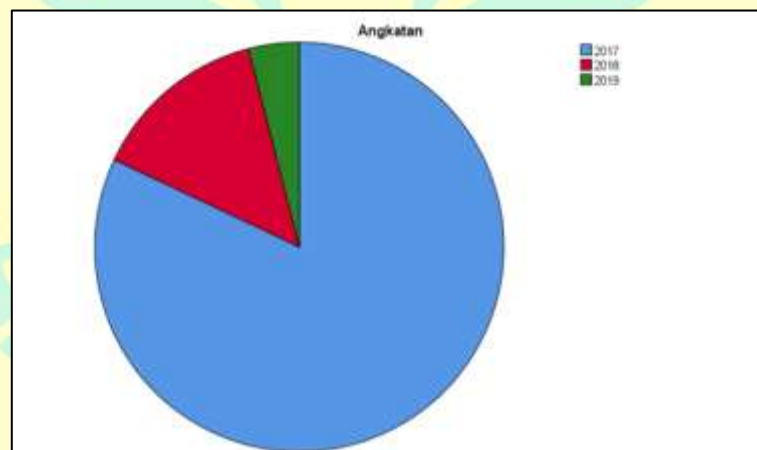
**Gambar 3. 2 Pilot Study Program Studi**

Berdasarkan data tabel dan gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa dari 50 responden yang sudah lebih dari 3x menggunakan ojek *online* Grab terdiri

dari 24 responden dengan persentase 48% dari program studi (prodi) Pendidikan Bisnis, 10 responden dengan persentase 20% dari prodi Akuntansi dan 8 responden dengan persentase 16% dari prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran. Sedangkan responden lain terdiri dari 3 responden dengan persentase 6% dari prodi Pendidikan Ekonomi, 4 responden dengan persentase 8% dari prodi Manajemen dan 1 responden dengan persentase 2% dari prodi Manajemen Pemasaran.

**Tabel 3. 6 Pilot Study Angkatan**

| <b>Angkatan</b> |        |        |
|-----------------|--------|--------|
| Tahun           | Jumlah | Persen |
| 2017            | 41     | 82%    |
| 2018            | 7      | 14%    |
| 2019            | 2      | 4%     |
| Total           | 50     | 100%   |



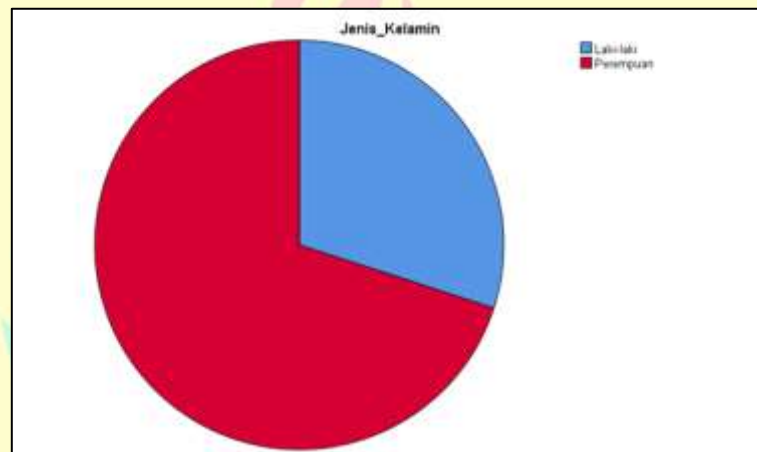
**Gambar 3. 3 Pilot Study Angkatan**

Berdasarkan data tabel dan gambar dapat disimpulkan bahwa mahasiswa fakultas ekonomi angkatan 2017 dominan dibandingkan dengan mahasiswa angkatan 2018 dan 2019, 41 responden dengan persentase 82% mahasiswa

angkatan 2017, 7 responden dengan persentase 14% mahasiswa angkatan 2018, dan 2 responden dengan persentase 4% mahasiswa angkatan 2019.

**Tabel 3. 7 Pilot Study Jenis Kelamin**

| <b>Jenis Kelamin</b> |        |        |
|----------------------|--------|--------|
|                      | Jumlah | Persen |
| Laki - laki          | 15     | 30%    |
| Perempuan            | 35     | 70%    |
| Total                | 50     | 100%   |

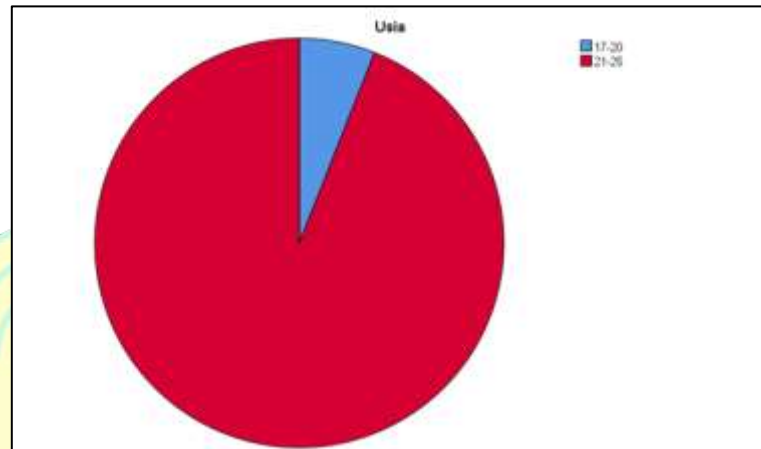


**Gambar 3. 4 Pilot Study Jenis Kelamin**

Berdasarkan data tabel dan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa pengguna transportasi ojek *online* Grab didominasi oleh perempuan. Terdapat 35 responden dengan presentasi 70% perempuan. Sedangkan 15 responden dengan persentase 30% laki - laki.

**Tabel 3. 8 Pilot Study Usia**

| <b>Usia</b> |        |        |
|-------------|--------|--------|
|             | Jumlah | Persen |
| 17 - 20     | 3      | 6%     |
| 21 - 25     | 47     | 94%    |
| Total       | 50     | 100%   |

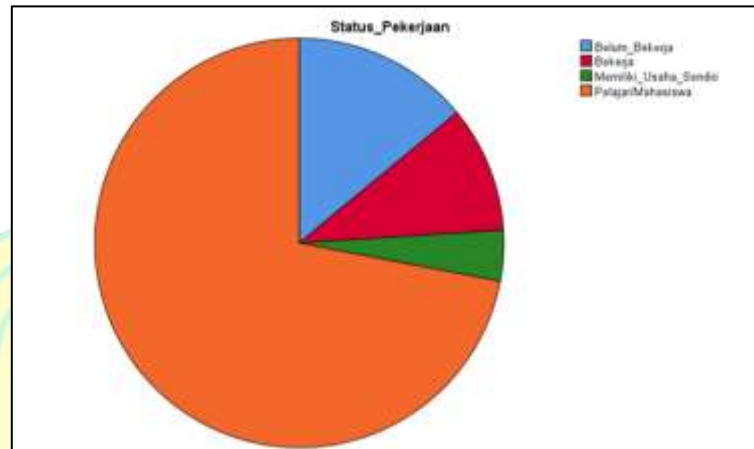


**Gambar 3. 5 Pilot Study Usia**

Berdasarkan data tabel dan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa pengguna ojek *online* Grab didominasi dengan usia 21 - 25 tahun. Terdapat 47 responden dengan persentase 97% untuk pengguna usia 21 - 25. Sedangkan 3 responden dengan 6% untuk pengguna usia 17 - 20 tahun.

**Tabel 3. 9 Pilot Study Status Pekerjaan**

| Status Pekerjaan       |        |        |
|------------------------|--------|--------|
|                        | Jumlah | Persen |
| Belum_Bekerja          | 7      | 14%    |
| Bekerja                | 5      | 10%    |
| Memiliki_Usaha_Sendiri | 2      | 4%     |
| Pelajar/Mahasiswa      | 36     | 72%    |
| Total                  | 50     | 100%   |

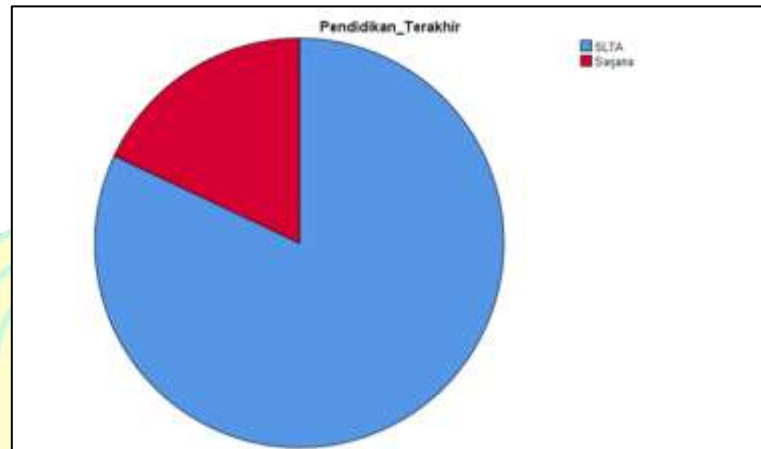


**Gambar 3. 6 Pilot Study Status Pekerjaan**

Berdasarkan data dari tabel dan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa pengguna aplikasi ojek *online* Grab didominasi oleh pelajar/mahasiswa. Terdapat 36 responden dengan persentase 72% yaitu pelajar/mahasiswa dan 7 responden dengan persentase 14% yaitu belum bekerja. Sedangkan 5 responden dengan persentase 10% bekerja dan 2 responden dengan persentase 4% yaitu memiliki usaha sendiri.

**Tabel 3. 10 Pilot Study Pendidikan Terakhir**

|         | Jumlah | Persen |
|---------|--------|--------|
| SLTA    | 41     | 82%    |
| Sarjana | 9      | 18%    |
| Total   | 50     | 100.0  |



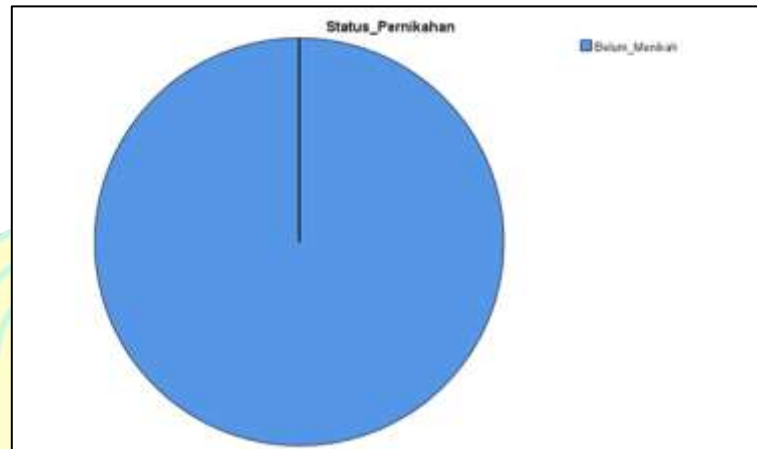
**Gambar 3. 7 Pilot Study Pendidikan Terakhir**

Berdasarkan data tabel dan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa fakultas ekonomi yang mengisi kuesioner pendidikan terakhir SLTA. Terdapat 41 responden dengan persentase 82% pendidikan terakhir responden adalah SLTA. Sedangkan 9 responden dengan persentase 18% sudah bergelar Sarjana tetapi belum resmi.

**Tabel 3. 11 Pilot Study Status Pernikahan**

| Status Pernikahan | Status Pernikahan |        |
|-------------------|-------------------|--------|
|                   | Jumlah            | Persen |
| Belum_Menikah     | 50                | 100%   |
| Total             | 50                | 100.0  |





**Gambar 3. 8 Pilot Study Status Pernikahan**

Berdasarkan data tabel dan gambar dapat disimpulkan bahwa 50 responden pengguna ojek *online* Grab memiliki status pernikahan belum menikah dengan persentase 100%.

## 2. Uji Validitas (EFA) dan Reabilitas

### a. Loyalitas Pelanggan

**Tabel 1 Pilot study KMO and Bartlett's Test Loyalitas Pelanggan**

| KMO and Bartlett's Test                              |                      |        |
|--|----------------------|--------|
| Kaiser - Meyer - Olkin Measure of Sampling Adequacy. |                      | .686   |
| Bartlett's Test of Sphericity                        | Approx. Chi - Square | 56.398 |
|  | Df                   | 6      |
|  | Sig.                 | .000   |

Menurut Hair et al. (Jr et al., 2019) nilai tinggi *Kaiser - Meyer - Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) antara  $>0.5$  dan *Bartlett's Test of Sphericity* (sig)  $<0.5$  menyatakan bahwa analisis faktor telah cukup. Hasil KMO MSA variabel loyalitas pelanggan berdasarkan tabel diatas dalah 0.686 atau mencapai  $>0.5$  dan *Bartlett's Test of*

*Sphericity* (sig) adalah 0.000 atau  $<0.5$ . Hal ini menyatakan bahwa analisis faktor sudah memenuhi syarat.

**Tabel 3. 12 Pilot Study Total Variance Explained Loyalitas Pelanggan**

| Factor | Initial Eigenvalues |               |              | Extraction Sums of Squared Loadings |               |              |
|--------|---------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|
|        | Total               | % of Variance | Cumulative % | Total                               | % of Variance | Cumulative % |
|        | 1                   | 2.371         | 59.272       | 59.272                              | 1.919         | 47.982       |
| 2      | .783                | 19.583        | 78.854       |                                     |               |              |
| 3      | .555                | 13.867        | 92.721       |                                     |               |              |
| 4      | .291                | 7.279         | 100.000      |                                     |               |              |

Extraction Method: Maximum Likelihood.

Berdasarkan teori di Bab dua, loyalitas pelanggan tidak memiliki dimensi hal ini sejalan dengan hasil *pilot study* yang dilakukan menggunakan *exploratory factor analysis*. Menurut Hair et al. (Jr et al., 2019) suatu faktor dapat terbentuk jika memberikan nilai *eigenvalues*  $>1$ . Berdasarkan tabel hasil penelitian diatas dari total 4 *component* penelitian hanya terdapat satu item yang memiliki nilai *eigenvalues*  $>1$  yaitu *component 1* dengan hasil 2.371, maka dapat disimpulkan bahwa variabel loyalitas konsumen hanya memiliki satu faktor atau tidak ada dimensi.

**Tabel 3. 13 Pilot Study Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Pelanggan**

| Item | Pernyataan   | Factor Loading | Cronbach's Alpha |
|------|--|----------------|------------------|
| CL1  | Saya melakukan pembelian ulang ojek online secara teratur di aplikasi grab | 0.889          | 0.910            |

|     |  |       |
|-----|--|-------|
| CL3 | Saya mereferensikan pada orang lain untuk menggunakan ojek online grab.            | 0.737 |
| CL4 | Saya tidak terpengaruh/kebal terhadap produk pesaing aplikasi ojek online lainnya. | 0.562 |
| CL2 | Saya membeli produk jasa lain di aplikasi grab selain ojek online                  | 0.518 |

Terdapat 4 item dalam variabel loyalitas pelanggan berdasarkan tabel diatas dengan keseluruhan nilai *factor loading* melebihi dari 0.4 yang menyatakan bahwa seluruh item dikatakan valid. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's alpha* >0.70. *Cronbach's alpha* dari variabel loyalitas pelanggan adalah 0.910 maka dapat dinyatakan bahwa variabel tersebut reliabel.

#### b. Kualitas Layanan

**Tabel 3. 14 Pilot Study KMO and Bartlett's Test Kualitas Layanan**

| KMO and Bartlett's Test                              |                      |         |
|--|----------------------|---------|
| Kaiser - Meyer - Olkin Measure of Sampling Adequacy. |                      | .686    |
| Bartlett's Test of Sphericity                        | Approx. Chi - Square | 487.419 |
|  | Df                   | 55      |
|  | Sig.                 | .000    |

Menurut Hair et al. (Jr et al., 2019) nilai tinggi *Kaiser - Meyer - Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) antara >0.5 dan *Bartlett's Test of Sphericity* (sig) <0.5 menyatakan bahwa analisis faktor telah cukup. Hasil KMO MSA variabel kualitas layanan berdasarkan tabel diatas dalah 0.852 atau mencapai >0.5 dan *Bartlett's Test of*

*Sphericity* (sig) adalah 0.000 atau  $<0.5$ . Hal ini menyatakan bahwa analisis faktor sudah memenuhi syarat.

**Tabel 3. 15 Pilot Study Total Variance Explained Kualitas Layanan**

| Factor | Total Variance Explained |               |              | Extraction Sums of Squared Loadings |               |              |
|--------|--------------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|
|        | Initial Eigenvalues      |               |              | Total                               | % of Variance | Cumulative % |
|        | Total                    | % of Variance | Cumulative % |                                     |               |              |
| 1      | 7.511                    | 68.281        | 68.281       | 7.165                               | 65.136        | 65.136       |
| 2      | .758                     | 6.894         | 75.176       |                                     |               |              |
| 3      | .689                     | 6.263         | 81.438       |                                     |               |              |
| 4      | .454                     | 4.131         | 85.570       |                                     |               |              |
| 5      | .378                     | 3.441         | 89.010       |                                     |               |              |
| 6      | .374                     | 3.401         | 92.411       |                                     |               |              |
| 7      | .268                     | 2.438         | 94.850       |                                     |               |              |
| 8      | .232                     | 2.109         | 96.959       |                                     |               |              |
| 9      | .160                     | 1.451         | 98.410       |                                     |               |              |
| 10     | .113                     | 1.031         | 99.440       |                                     |               |              |
| 11     | .062                     | .560          | 100.000      |                                     |               |              |

Extraction Method: Maximum Likelihood.

Berdasarkan teori di Bab dua, kualitas layanan memiliki lima dimensi, tetapi hasil *pilot study* yang dilakukan menggunakan *exploratory factor analysis* menunjukkan tidak ada dimensi. Menurut Hair et al. (Jr et al., 2019) suatu faktor dapat terbentuk jika memberikan nilai *eigenvalues*  $>1$ . Berdasarkan tabel hasil penelitian diatas dari total 11 *component* penelitian hanya terdapat satu item yang memiliki nilai *eigenvalues*  $>1$  yaitu *component* 1 dengan hasil 7.511, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan hanya memiliki satu faktor atau tidak ada dimensi.

**Tabel 3. 16 Pilot Study Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Layanan**

| <b>Item</b> | <b>Pernyataan</b>   | <b>Factor Loading</b> | <b>Cronbach's Alpha</b> |
|-------------|---|-----------------------|-------------------------|
| SQ1         | Saya yakin Grab selalu memberikan layanan yang baik                   | 0.889                 |                         |
| SQ7         | Saya merasa Grab memberikan kesan yang bersahabat                     | 0.863                 |                         |
| SQ8         | Saya merasa Grab memberikan rasa aman                                 | 0.859                 |                         |
| SQ6         | Saya yakin Grab menyediakan layanan tepat waktu                       | 0.859                 |                         |
| SQ2         | Saya yakin karyawan Grab selalu memberikan layanan tepat waktu        | 0.852                 |                         |
| SQ10        | Saya merasa keamanan konsumen dijamin oleh perusahaan Grab            | 0.818                 |                         |
| SQ11        | Saya merasa perusahaan Grab menanggapi pengaduan dengan baik          | 0.807                 | 0.952                   |
| SQ3         | Saya merasa cara mengemudi yang andal                                 | 0.783                 |                         |
| SQ5         | Helm yang digunakan memenuhi Standar Nasional Indonesia (SNI)         | 0.735                 |                         |
| SQ4         | Saya yakin kendaraan Grab layak dikendarai                            | 0.709                 |                         |
| SQ9         | Saya yakin konsumen mendapatkan atribut keselamatan (helm dan masker) | 0.672                 |                         |

Terdapat 11 item dalam variabel kualitas layanan berdasarkan tabel diatas dengan keseluruhan nilai *factor loading* melebihi dari 0.4 yang menyatakan bahwa seluruh item dikatakan valid. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's*

$\alpha > 0.70$ . Cronbach's  $\alpha$  dari variabel kualitas layanan adalah 0.952 maka dapat dinyatakan bahwa variabel tersebut reliabel.

### c. Kepuasan Pelanggan

**Tabel 3. 17 Pilot Study KMO and Bartlett's Test Kepuasan Pelanggan**

| <b>KMO and Bartlett's Test</b>                       |                      |  |         |
|--|----------------------|--|---------|
| Kaiser - Meyer - Olkin Measure of Sampling Adequacy. |                      |  | .686    |
| Bartlett's Test of Sphericity                        | Approx. Chi - Square |  | 381.231 |
|  | Df                   |  | 55      |
|  | Sig.                 |  | .000    |

Menurut Hair et al. (Jr et al., 2019) nilai tinggi *Kaiser - Meyer - Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) antara  $> 0.5$  dan *Bartlett's Test of Sphericity* (sig)  $< 0.5$  menyatakan bahwa analisis faktor telah cukup. Hasil KMO MSA variabel kepuasan pelanggan berdasarkan tabel diatas dalah 0.864 atau mencapai  $> 0.5$  dan Bartlett's Test of Sphericity (sig) adalah 0.000 atau  $< 0.5$ . Hal ini menyatakan bahwa analisis faktor sudah memenuhi syarat.

**Tabel 3. 18 Pilot Study Total Variance Explained Kepuasan Pelanggan**

| <b>Factor</b> | <b>Initial Eigenvalues</b> |                      |                     | <b>Extraction Sums of Squared Loadings</b> |                      |                     |
|---------------|----------------------------|----------------------|---------------------|--|----------------------|---------------------|
|               | <b>Total</b>               | <b>% of Variance</b> | <b>Cumulative %</b> | <b>Total</b>                               | <b>% of Variance</b> | <b>Cumulative %</b> |
| 1             | 6.499                      | 59.083               | 59.083              | 6.124                                      | 55.672               | 55.672              |
| 2             | .945                       | 8.595                | 67.678              |  |                      |                     |
| 3             | .847                       | 7.701                | 75.379              |  |                      |                     |
| 4             | .744                       | 6.761                | 82.140              |  |                      |                     |
| 5             | .575                       | 5.225                | 87.365              |  |                      |                     |
| 6             | .406                       | 3.693                | 91.058              |  |                      |                     |

|    |      |       |         |
|----|------|-------|---------|
| 7  | .270 | 2.453 | 93.511  |
| 8  | .265 | 2.413 | 95.924  |
| 9  | .198 | 1.803 | 97.727  |
| 10 | .153 | 1.395 | 99.122  |
| 11 | .097 | .878  | 100.000 |

Extraction Method: Maximum Likelihood.

Berdasarkan teori di Bab dua, kepuasan pelanggan memiliki tiga dimensi, tetapi hasil *pilot study* yang dilakukan menggunakan *exploratory factor analysis* menunjukkan tidak ada dimensi. Menurut Hair et al. (Jr et al., 2019) suatu faktor dapat terbentuk jika memberikan nilai *eigenvalues* >1. Berdasarkan tabel hasil penelitian diatas dari total 11 *component* penelitian hanya terdapat satu item yang memiliki nilai *eigenvalues* >1 yaitu *component* 1 dengan hasil 6.499, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan konsumen hanya memiliki satu faktor atau tidak ada dimensi.

**Tabel 3. 19 Pilot Study Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Pelanggan**

| Item | Pernyataan   | Factor Loading | Cronbach's Alpha |
|------|--|----------------|------------------|
| CS8  | Saya merasa mendapatkan pelayanan yang baik                | 0.900          |                  |
| CS4  | Saya merasa keluhan ditanggapi dengan baik                 | 0.854          |                  |
| CS5  | Pemesanan ojek online Grab cepat                           | 0.842          |                  |
| CS3  | Saya merasa keamanan aplikasi terjamin dari virus          | 0.830          | 0.927            |
| CS9  | Saya merasa pengemudi bersikap sopan                       | 0.802          |                  |
| CS7  | Saya merasa pengemudi selalu ramah kepada konsumen         | 0.785          |                  |
| CS6  | Saya merasa cara berkendara pengemudi yang nyaman dan aman | 0.747          |                  |

|      |   |       |
|------|---|-------|
| CS1  | Saya merasa Grab memiliki fitur yang mudah digunakan              | 0.645 |
| CS10 | Saya merasa harga ojek online grab sangat bersaing dan terjangkau | 0.597 |
| CS2  | Aplikasi GRAB dapat diunduh di smartphone apa pun                 | 0.595 |
| CS11 | Saya merasa pembayaran di grab sangat mudah                       | 0.492 |

---

Terdapat sebelas item dalam variabel kepuasan pelanggan berdasarkan tabel diatas dengan keseluruhan nilai *factor loading* melebihi dari 0.4 yang menyatakan bahwa seluruh item dikatakan valid. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's alpha* >0.70. *Cronbach's alpha* dari variabel kepuasan pelanggan adalah 0.927 maka dapat dinyatakan bahwa variabel tersebut reliabel.