

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Waktu dan Tempat Penelitian**

##### **A. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu antara bulan Maret hingga Juli 2021.

##### **B. Tempat Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Pelabuhan Bakauheni dan Gerbang Tol Bakauheni-Palembang.

#### **3.2. Desain Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), metode kuantitatif digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu yang menggunakan alat penelitian untuk pengumpulan data serta analisis data kuantitatif atau statistik yang dirancang untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan sebelumnya.

Jenis penelitian dengan metode kuantitatif yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei. Metode penelitian survei merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh data masa lalu atau masa kini tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, dan hubungan antar variabel, serta untuk menguji variabel sosiologis dan psikologis dari populasi tertentu dan sampel data teknis.

Hipotesis ini dikumpulkan melalui pendalaman observasi (wawancara atau kuesioner), dan hasil penelitian cenderung digeneralisasikan (Sugiyono, 2019:57).

### **3.3. Populasi dan Sampel**

#### **A. Populasi**

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah bidang umum yang terdiri dari objek/subjek dengan jumlah dan ciri tertentu yang ditentukan oleh peneliti yang akan diteliti, kemudian ditarik kesimpulannya.

Penelitian ini memilih populasi pengguna Tol Palembang-Bakauheni. Pada penelitian ini menggunakan populasi tak terhingga (*infinite population*), karena peneliti tidak mengetahui secara pasti pengguna Tol Bakauheni-Palembang.

#### **B. Sampel**

Sampel adalah bagian dari ukuran karakteristik suatu populasi (Sugiyono, 2019:127). Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Adapun kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna Jalan Tol Bakauheni-Palembang yang minimal sudah dua kali menggunakan Tol Bakauheni-Palembang dalam kurun waktu satu tahun terakhir.

Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan persyaratan yang ditentukan. Berdasarkan Hair et al. (2013) jumlah sampel yang diambil minimal 5 kali dari jumlah parameter yang dipergunakan dalam penelitian. Lebih lanjut

Hair et al. (2013) menyebutkan bahwa *critical sample size* untuk analisis menggunakan Lisrel adalah 200 sampel. Maka peneliti menetapkan bahwa jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak minimal 200 sampel. Peneliti menggunakan Lisrel karena Lisrel mempunyai kemampuan mengidentifikasi hubungan antar variabel yang kompleks, mempunyai pilihan pengolahan baik dengan menuliskan dengan Bahasa pemrograman maupun yang tidak.

### **3.4. Pengembangan Instrumen**

#### **A. Variabel Penelitian**

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu variabel independen, variabel dependen, dan variabel intervening.

##### **1. Variabel Independen**

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel dependen (Sugiyono, 2019:69). Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini adalah *service quality* (X1) dan *perceived value* (X2).

##### **2. Variabel Dependen**

Variabel dependen adalah variabel yang terpengaruh atau hasil dari variabel independen (Sugiyono, 2019:69). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *customer satisfaction* (Z).

##### **3. Variabel Intervening**

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoretis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dan menjadi hubungan tidak langsung yang tidak dapat diamati dan diukur (Sugiyono, 2019:70). Variabel intervening dalam penelitian ini adalah E-WOM (Y).

## B. Operasional Variabel

**Tabel 3.1 Operasional Variabel**

No	Variabel	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
1.	Service Quality (X1)	<i>a. Tangible</i>	1. <i>Information board and signage</i>	1. Tersedianya rambu-rambu lalu lintas di sepanjang Tol Bakauheni-Palembang	Zuna et al. (2016) dan Agung et al. (2019)
			2. <i>Toll Gates</i>	2. Tersedianya gerbang tol di sepanjang Tol Bakauheni-Palembang	
			3. <i>Accuracy of information</i>	3. Informasi yang tersedia di Tol Bakauheni-Palembang sudah akurat	
			4. <i>Rest area facilities</i>	4. Fasilitas pada <i>rest area</i> sudah memadai	
		<i>b. Reliability</i>	1. <i>Smoothness of road surface</i>	1. Permukaan jalan Tol Bakauheni-Palembang mulus	
			2. <i>Road Lighting</i>	2. Penerangan di sepanjang jalan	

---

		Tol Bakauheni-Palembang sudah memadai
	3. <i>No traffic congestion</i>	3. Tidak adanya kemacetan lalu lintas di Tol Bakauheni-Palembang
<i>c. Responsiveness</i>	1. <i>Fast Response of emergency unit</i>	1. Respon yang diberikan oleh unit darurat cepat
	2. <i>Call Center</i>	2. Tersedianya layanan <i>call center</i>
	3. <i>Accident handling</i>	3. Penanganan pada kecelakaan sudah baik
<i>d. Assurance</i>	1. <i>Driving Safety</i>	1. Terdapat jaminan keamanan berkendara bagi pengguna Tol Bakauheni-Palembang
	2. <i>Security from crime</i>	2. Terdapat petugas patroli di Tol Bakauheni-Palembang
	3. <i>Road maintenance</i>	3. Terdapat pemeliharaan jalan Tol Bakauheni-Palembang
<i>e. Emphaty</i>	1. <i>Performance of toll gates officer</i>	1. Kinerja petugas gerbang tol Bakauheni-

---

---

		Palembang sudah baik	
		2. <i>Hospitality of toll gates officer</i>	2. Petugas gerbang Tol Bakauheni-Palembang ramah
		3. <i>Honesty of toll gates officer</i>	3. Petugas gerbang Tol Bakauheni-Palembang jujur
2.	E-WOM (Y)	1. <i>I “talk up” this brand in online environments</i>	1. Membicarakan Tol Bakauheni-Palembang di media sosial
		2. <i>I give this brand a lot of positive WOM advertising on the Internet</i>	2. Memberikan komentar positif di media sosial tentang Tol Bakauheni-Palembang
		3. <i>I try to spread positive information about this brand on the Internet</i>	3. Menyebarkan informasi positif di media sosial tentang pengalaman perjalanan menggunakan Tol Bakauheni-Palembang
		4. <i>I uploaded photos and/or videos on social networks about my stay at the hotel</i>	4. Mengunggah foto dan atau video di media sosial tentang Tol Bakauheni-Palembang
		5. <i>I became a fan of the chain</i>	5. Menjadi penggemar dari

---

Serra-Cantallops et al. (2020)

---

			<i>profile on social networks</i>	Tol Bakauheni-Palembang	
3.	<i>Perceived Value (X2)</i>	a. <i>Perceived Sacrifices</i>	<p>1. <i>The product of this firm are reasonably priced</i></p> <p>2. <i>The products of this firm are good value for money compared with those of major competitors</i></p> <p>3. <i>My previous experiences indicate that the products of this firm offer value for the money.</i></p>	<p>1. Tol Bakauheni-Palembang memiliki tarif yang masuk akal</p> <p>2. Dibandingkan jalur perjalanan lainnya, Tol Bakauheni-Palembang memberikan nilai yang lebih</p> <p>3. Dari pengalaman menggunakan Tol Bakauheni-Palembang menunjukkan Tol Bakauheni-Palembang memberikan nilai lebih pada uang</p>	Shaikh et al. (2018)
		b. <i>Functional Value</i>	<p>1. <i>The product offer consistent quality and are well-made</i></p> <p>2. <i>The offerings of this firm make me feel confident</i></p>	<p>1. Tol Bakauheni-Palembang konsisten memberikan kualitas pelayanan yang baik</p> <p>2. Tol Bakauheni-Palembang memberikan penawaran yang membuat pengguna yakin</p>	

---

---

	3. <i>The firm always delivers superior service.</i>	3. Tol Bakauheni-Palembang selalu memberikan pelayanan yang unggul
c. <i>Emotional Value</i>	1. <i>I enjoy the products of this firm</i>	1. Perjalanan dengan menggunakan Tol Bakauheni-Palembang dapat dinikmati
	2. <i>The products of this firm make me want to purchase and use them</i>	2. Memilih untuk menggunakan Tol Bakauheni-Palembang dibandingkan dengan jalan lain
	3. <i>The products of this firm make me feel good.</i>	3. Menggunakan Tol Bakauheni-Palembang membuat pengguna merasa nyaman
d. <i>Social Value</i>	1. <i>The products of this firm will improve the way I am perceived</i>	1. Tol Bakauheni-Palembang meningkatkan cara pandang terhadap kualitas jalan tol
	2. <i>The products of this firm will help me make a good impression on other people</i>	2. Tol Bakauheni-Palembang membantu memberi kesan yang baik bagi orang lain
	3. <i>The products of this firm</i>	3. Menggunakan Tol Bakauheni-

---

---

	<i>afford their owner's social approval</i>	Palembang memberikan pengakuan sosial bagi penggunaanya	
4. <i>Customer Satisfaction (Z)</i>	1. <i>I am satisfied with my decision to buy this brand</i>	1. Puas dengan keputusan untuk menggunakan Tol Bakauheni-Palembang	Uzir, Hossain Uzir et al (2020) dan Serra-Cantallops et al. (2020)
	2. <i>I would recommend the product or service to others</i>	2. Akan merekomendasikan Tol Bakauheni-Palembang kepada orang lain	
	3. <i>I am satisfying delighted with this brand</i>	3. Puas telah menggunakan Tol Bakauheni-Palembang	
	4. <i>The brand meets my expectations</i>	4. Tol Bakauheni-Palembang sesuai dengan harapan	
	5. <i>The brand is the only one that I buy and use</i>	5. Tol Bakauheni-Palembang satu-satunya yang digunakan	
	6. <i>I enjoyed my stay at this hotel</i>	6. Menikmati perjalanan di Tol Bakauheni-Palembang	
	7. <i>This hotel satisfies my needs</i>	7. Tol Bakauheni-Palembang memenuhi kebutuhan	

---

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2021)

### C. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala pengukuran *Likert*. Menurut Sugiyono (2019:146), skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan sudut pandang seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert* dengan lima kategori respon yang terdiri dari skala “Sangat Setuju” hingga “Sangat Tidak Setuju” yang mengharuskan responden menentukan pilihan persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus. Penggunaan skala *Likert* lima kategori karena menurut Hameed et al. (2018) akan meningkatkan tingkat dan kualitas jawaban dan mengurangi "*frustration level*" responden.

**Tabel 3.2 Skala *Likert***

<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Skor</b>	<b>Kode</b>
Sangat Tidak Setuju	1	STS
Tidak Setuju	2	TS
Netral	3	KS
Setuju	4	S
Sangat Setuju	5	SS

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan sumber data yang berasal dari studi pustaka. Menurut Sugiyono (2019) studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data dari laporan penelitian, buku-buku ilmiah, artikel, dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian. Selain itu, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data tersebut didapat dari hasil penyebaran

kuesioner yang dibagikan kepada pengguna Tol Bakauheni-Palembang sebanyak 200 responden. Data tersebut akan digunakan untuk menguji variabel-variabel dalam penelitian ini.

Peneliti mendapatkan data secara *offline* dengan cara datang langsung ke Pintu Tol Bakauheni-Palembang. Peneliti sudah menyiapkan poster yang berisikan *QR Code* seperti yang terlihat pada Lampiran 1, setelah ini peneliti meminta izin kepada pengguna Tol Bakauheni-Palembang apakah bersedia atau tidak untuk menjadi responden. Jika bersedia, responden dapat langsung melakukan *scan QR Code* pada poster.

Selain itu peneliti juga mendapatkan data secara *online* dengan cara memberikan *link* kepada pengguna media sosial *Twitter* dan ke grup yang ada pada media sosial *Facebook*.

### **3.6. Teknik Analisis Data**

Tujuan metode analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Dalam mengolah dan menganalisis data hasil penelitian, peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22 dan SEM (*Structural Equation Model*) dari paket statistik LISREL 8.8. Menurut Sanusi (2011:167) 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. Lisrel mempunyai kemampuan mengidentifikasi hubungan antar variabel yang kompleks, mempunyai pilihan pengolahan baik dengan menuliskan dengan Bahasa pemrograman maupun yang tidak.

*Factor loading* yang digunakan adalah minimum 0,5. *Factor loading* mengindikasikan bahwa semua item memiliki muatan yang signifikan pada konstruksi yang sesuai, menurut Hair et al. (2013) aturan yang baik adalah *standardized loading estimates* harus berkisar 0,5 atau lebih tinggi, dan yang ideal adalah 0,7 atau lebih tinggi.

#### **A. Analisis Deskriptif**

Menurut Sugiyono (2019:206) terdapat dua macam statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian, yaitu analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif. Lebih lanjut menurut Sugiyono (2019:206) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau memaparkan data yang dikumpulkan sebagaimana adanya, tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan umum atau generalisasi.

#### **B. Uji Validitas**

Menurut Malhotra (2012:38) validitas merupakan instrumen dalam kuesioner dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, bukan kesalahan sistematis.

Menurut Sugiyono (2019:3) kriteria data yang diperoleh melalui penelitian harus valid, reliabel, dan objektif. 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.

Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu instrumen valid atau tidak adalah dengan menggunakan *bivariate pearson*. *Bivariate Pearson* (Korelasi *Pearson Product Moment*) merupakan analisis korelasi dengan cara mengkorelasikan masing–masing skor *item* dengan skor total, skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan *item*.

Koefisiensi *item*-total dengan *Bivariate Pearson* dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i) (\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2] [n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

Keterangan:

$r_{ix}$  = Koefisiensi korelasi *item*–total (*Bivariate Pearson*)

$i$  = Skor *item*

$x$  = Skor total

$n$  = Banyaknya subjek

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau *item-item* pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan *valid*).
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau *item - item* pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak *valid*).

### C. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur tingkat keandalan suatu kuesioner yang menggambarkan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan 0,8 adalah baik. Menurut Priyatno (2008:97) adalah dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*.

Pada penelitian ini perhitungan reliabilitas menggunakan rumus alpha sebagai berikut:

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

Dimana:

$r_{11}$	=	Reliabilitas instrumen
$\sigma_b^2$	=	Jumlah varian butir
k	=	Banyaknya butir pertanyaan
$\sigma_t^2$	=	Jumlah varians total

#### D. Uji Kesesuaian Model

Menurut Sanusi (2011:177) dalam menggunakan *structural equation model* (SEM), terdapat tiga bagian untuk menentukan apakah model SEM dikatakan sesuai atau tidak, bagian tersebut adalah:

1. *ANolute Fit Indices*, mengukur kesesuaian secara keseluruhan untuk model struktural maupun model pengukuran. Alat ukur yang digunakan adalah:
  - a. *Goodness-of-Fit Index (GFI)*, merupakan skala non-statistik yang memiliki rentang nilai 0 sampai 1, dengan indikasi semakin besar nilai maka semakin sesuai. Nilai GFI yang lebih besar sama dengan 0,90 bisa dikatakan baik ( $GFI \geq 0,90$ ).
  - b. *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*, menurut Hair et al. (2013:579) indeks ini dapat digunakan untuk mengkompetensi statistik uji *chi-square* dengan sampel yang

besar. Nilai RMSEA merepresentasikan seberapa baik sebuah model cocok dengan populasi. Menurut Sanusi (2011:177) nilai RMSEA yang lebih kecil sama dengan 0,08 menunjukkan kecocokan yang lebih baik ( $RMSEA \leq 0,08$ ).

- c. *Root Mean Square Residual (RMR)*, indeks ini mewakili nilai rata-rata residual yang diperoleh dengan matrik varian-kovarian dari model yang telah dihipotesiskan dengan matrik varian-kovarian dari data sampel. Model dianggap *good fit* apabila nilai RMR kurang dari sama dengan 0,05 ( $RMR \leq 0,05$ ).
- d. *CMIN/DF*, indeks ini dihasilkan dari statistik *chi-square* dibagi dengan derajat bebasnya. Model dianggap *good fit* apabila nilai *CMIN/DF* kurang dari sama dengan 2.00 ( $CMIN/DF \leq 2.00$ ).

2. *Incremental Fit Indices*, menurut Hair et al. (2013:580) ukuran ini menilai seberapa cocok model yang di estimasikan dengan *baseline model*. *Baseline model* disebut sebagai *null model* yang mengasumsikan semua variabel yang diamati tidak berkorelasi. Untuk mengukur *incremental fit indices* digunakan kriteria sebagai berikut:

- a. *Adjusted Goodness-Of-Fit Index (AGFI)*, merupakan penggabungan dari GFI yang disesuaikan dengan rasio *degree of freedom* untuk *proposed model* dan *degree of freedom* untuk *null*

- model*. Nilai yang direkomendasikan untuk nilai AGFI adalah lebih besar sama dengan dari 0.90 ( $AGFI \geq 0.90$ ).
- b. *Tucker-Lewis Index* atau *Nonnormed Fit Index (NNFI)*, Sanusi (2011:177) menyatakan bahwa TLI/NNFI membandingkan antara *baseline model* dengan model yang ingin diuji oleh peneliti. Model dianggap *good fit* apabila nilai TLI/NNFI adalah sebesar lebih besar sama dengan 0.95 ( $TLI/NNFI \geq 0.95$ ).
- c. *Comparative Fit Index (CFI)*, Sanusi (2011:177) menyatakan bahwa CFI merupakan indeks yang tidak dipengaruhi oleh besaran sampel yang akan digunakan dalam sebuah penelitian. Nilai CFI dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai lebih besar sama dengan 0.95, bahkan menjadi *a very good fit* apabila mendekati satu ( $CFI \geq 0.95$ ).
3. *Parsimony Fit Indices*, menurut Hair et al. (2013:580) dirancang untuk memberikan informasi tentang model mana yang paling baik dengan pertimbangan kesesuaian relatif terhadap kompleksitasnya.

**Tabel 3.3 Goodness of Fit Indices**

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut of Value</i>
GFI	$\geq 0,90$
RMSEA	$\leq 0.08$
RMR	$\leq 0.05$
CMIN/DF	$\leq 2.00$
AGFI	$\geq 0.90$
TLI/NNFI	$\geq 0.95$
CFI	$\geq 0.95$

Sumber: Sanusi (2011)

### **E. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung**

Penelitian ini menggunakan teknik *path analysis* (analisis jalur) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Sanusi (2011:156) *path analysis* bertujuan untuk menjelaskan akibat langsung dan tidak langsung seperangkat variabel bebas dengan seperangkat variabel terikat. Pada *path analysis*, pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel dapat diukur besarnya. Beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam *path analysis*, yaitu:

- Hubungan antar variabel harus linear dan aditif
- Semua variabel residu tidak memiliki korelasi satu sama lain
- Pola hubungan antar variabel adalah rekursif
- Skala pengukuran semua variabel minimal interval

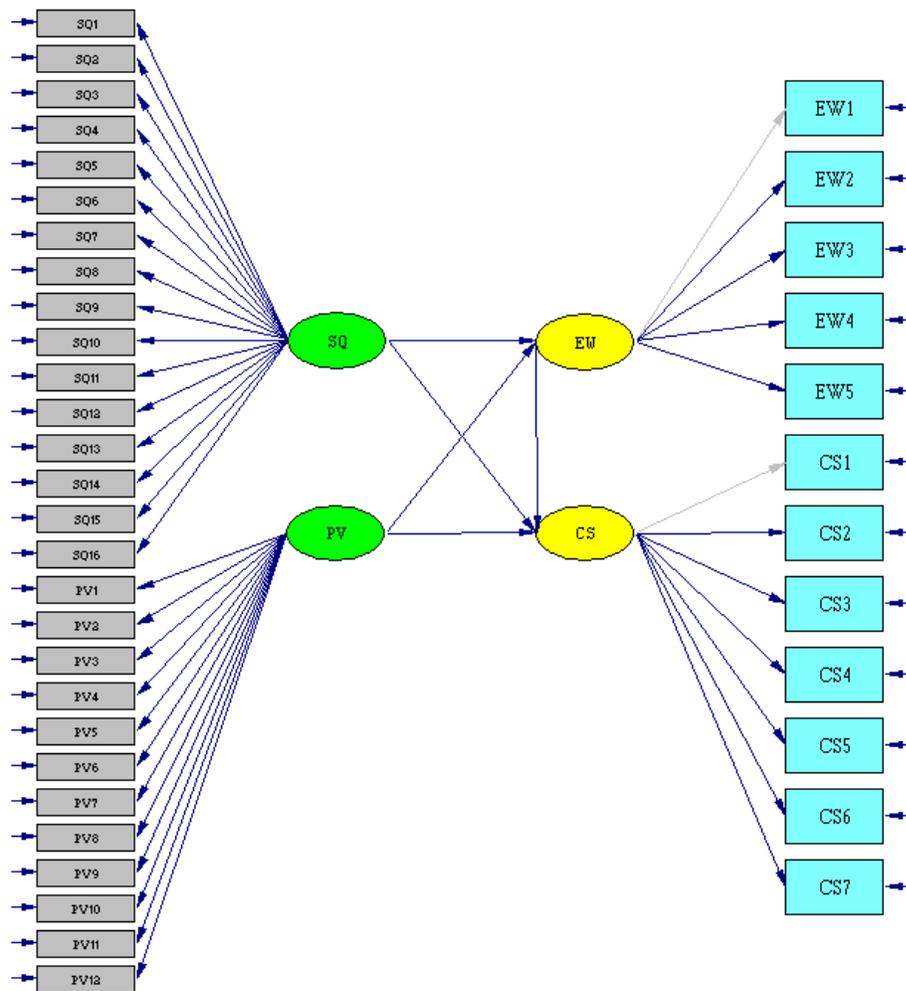
### **F. Uji Hipotesis**

Dalam menguji hipotesis mengenai hubungan kausalitas antar variabel yang dikembangkan pada penelitian ini, perlu dilakukan pengujian hipotesis. Hasil uji hipotesis hubungan antara variabel ditunjukkan dari nilai *standardized total effects* dimana hasil dari analisis data akan mengetahui seberapa besar pengaruh atau hubungan antar variabel.

Kriteria pengujian dengan memperhatikan *t-value* antar variabel yang dibandingkan dengan nilai kritisnya (*t* tabel). Nilai kritis untuk ukuran sampel

besar ( $n > 30$ ) dengan taraf  $\alpha = 0.05$  yaitu sebesar 1.96. Hubungan variabel yang memiliki t-values  $> 1.96$  dapat dikatakan signifikan (Sarjono & Julianita, 2015).

### 3.7. Model SEM



**Gambar 3.1 Model SEM diolah dengan Lisrel**

**Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)**