

## BAB III METODELOGI PENELITIAN

### 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

#### A. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 4 bulan dimulai dari bulan Oktober 2021 – Januari 2022. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat dan dianggap paling efektif bagi peneliti untuk melaksanakan penelitian.

#### B. Tempat Penelitian

Penelitian ini pada masyarakat di DKI Jakarta. DKI Jakarta peneliti pilih sebagai lokasi untuk melakukan penelitian ini karena berdasarkan pada data yang di sampaikan oleh Kementrian Ketenagakerjaan bahwa pengguna terbanyak dari transportasi online berada di DKI Jakarta dengan persentase sebesar 37%. Penelitian ini akan dilakukan dengan kuesioner *online* dalam bentuk Google Form, yang dibagikan melalui media sosial *online* (Whatsapp, Line, Gmail, dan sebagainya)

### 3.2 Pendekatan Penelitian

#### A. Metode

Metode menurut Sugiyama (2008) adalah suatu teori yang memiliki tingkat representasi tinggi yang biasanya didesain menggunakan simbol atau analogis secara fisik. Sedangkan metode penelitian menurut Sugiyono (2017) yaitu cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu jenis penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui

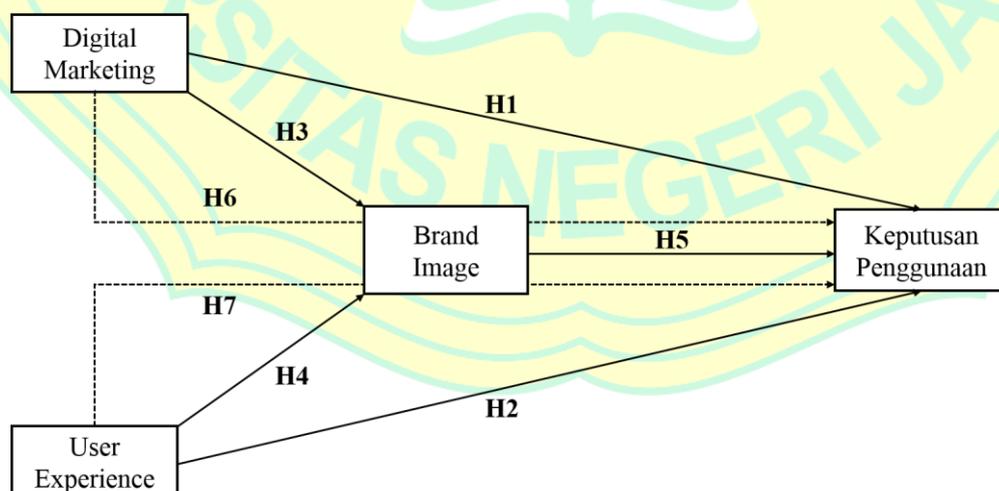
pengukuran variabel- variabel penelitian dengan angka dan memerlukan analisis data dengan prosedur statistik (Sugiyono, 2017). Alat ukur penelitian ini berupa kuesioner, data yang diperoleh berupa jawaban dari karyawan Tiga Enterprise terhadap pernyataan-pernyataan yang Peneliti ajukan.

Penelitian ini dilaksanakan menggunakan teknik pengambilan data menggunakan survei pada semua variabel penelitian yaitu variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, Y dan Z dengan menggunakan metode deskriptif dan jenis data kuantitatif. Data yang digunakan pada semua variabel penelitian adalah data primer yang didapatkan langsung oleh peneliti dari lapangan. Teknik pengambilan data menggunakan survei yang dilakukan adalah dengan menyebarkan kuisisioner secara online kepada objek penelitian. Hal ini sesuai dengan definisi penelitian survei menurut Siregar (2013) yaitu penelitian yang tidak melakukan perubahan (tidak ada perlakuan khusus) terhadap variabel-variabel yang diteliti.

## B. Konstelasi Hubungan antar Variabel

Hubungan antar variabel dapat digambarkan dalam konstelasi sebagai berikut:

**Gambar 3.1 Konstelasi Hubungan Antar variabel**



Sumber : Diolah Oleh Peneliti

Keterangan :

X1 : Variabel Bebas

X2 : Variabel Bebas

Y : Variabel Terikat

Z : Variabel Intervening

→ : Arah Hubungan

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### A. Populasi

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa populasi adalah subjek dan objek yang telah dipilih untuk diteliti secara spesifik sesuai kebutuhan peneliti.

Populasi pada penelitian ini adalah pengguna gojek di Jakarta. Berdasarkan pernyataan dari presiden Goejek Andre Soelistyo, yang dikutip oleh bisnis.com jumlah pengguna Goejek telah mencapai 38 Juta pengguna dan 30-40% dari pengguna Goejek berasal dari DKI Jakarta. Dengan demikian, maka pengguna Goejek di DKI Jakarta yang menjadi populasi dari penelitian ini sekitar 11 – 15 Juta pengguna Goejek di Jakarta.

#### B. Sampel

Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik sampling tertentu. Menurut Roscoe dalam Indrawan dan Yaniawati (2017) ukuran sampel yang baik dalam suatu penelitian kembali dibuka 300 sampai 500 responden. Selanjutnya Champion mengungkapkan ukuran sampel berkisar antara 30 sampai 60 dan 120 sampai 250 sangat baik digunakan untuk melakukan pengujian secara statistik. Sampel yang akan peneliti ambil

adalah responden yang pernah menggunakan jasa Gojek di Jakarta dengan responden sebanyak 200 responden. Kriteria ini diambil untuk memastikan bahwa responden telah menggunakan jasa Gojek berulang-ulang kali sehingga pernyataan yang diberikan akan objektif dan sesuai kenyataan.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive sampling menurut Sugiyono (2017) adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Maka sampel dalam penelitian ini adalah individu yang pernah menggunakan Gojek dalam kurun waktu 1 tahun terakhir.

### 3.4 Pengembangan Instrumen

**Tabel 3.1 Instrumen penelitian**

	Dimensi	Indikator	Sumber
<b>Variabel Keputusan Pembelian (Y)</b>	Pemenuhan kebutuhan	1. Saya membutuhkan transportasi online untuk kebutuhan saya dalam beraktivitas	(Arianto,2020; Howard dan Shay, 1998)
	proses mencari barang ( <i>search</i> )	2. saya mengetahui gojek sebagai salah satu pilhan untuk bertransportasi secara online	
	Proses evaluasi ( <i>evaluation</i> )	3. saya mengetahui transportasi online lain selain gojek	
		4. saya memiliki aplikasi gojek dan gran di <i>handphone</i> saya	
		5. saya mempertimbangkan sekali harga dan promosi di transportasi online	
	Pengambilan keputusan pembelian ( <i>decision</i> )	6. saya pengguna setia gojek	
	Perilaku Pasca Pembelian	7. saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh gojek	

8. saya merkomendasikan gojek untuk dijadikan pilihan bertransportasi online

<b>Digital marketing (X1)</b>	<i>Cost/transaction</i>	9. Saya menilai pemasaran gojek efektif dan efisien	(Lisani dan Indrawati, 2020; Maulidia dan Ratnasari, 2021; Young Kim dan Kim, 2004)
		10. Pemasaran digital gojek membuat saya ingin menggunakan gojek	
	<i>Interactive</i>	11. Saya menilai aplikasi gojek interaktif	
		12. Sosial media gojek interaktif dan menarik saya sebagai pengguna	
	<i>Incentve Program</i>	13. Saya menyukai iklan gojek	
	14. Gojek memiliki promosi-promosi menarik		
		15. Konten edukasi gojek (podcast dan youtube) menarik dan bermanfaat untuk saya	
	<i>SiteDesign</i>	16. Gojek mempunyai design aplikasi yang menarik	
		17. Sosial media Gojek mempunyai design yang menarik	
		18. Konten sosial media gojek menarik untuk saya	
<b>User experience (X2)</b>	Kegunaan/ manfaat	19. aplikasi gojek telah membantu keperluan saya untuk bertransportasi online	(Fitriana et al., 2020; Rodden et al., 2010; Singh, 2019)
		20. fitur – fitur pada aplikasi gojek berguna dan membantu saya	
	<i>Efisiensi</i>	21. tata letak fitur di gojek membantu saya untuk menggunakannya	
		22. fitur utama yang ditampilkan pada aplikasi gojek merupakan fitur yang paling sering saya gunakan	
		23. design aplikasi gojek memudahkan saya mencari kebutuhan saya	
	Daya tarik visual	24. design aplikasi gojek menarik	

25. design aplikasi gojek membuat saya nyaman menggunakannya

<b>Brand image</b> (Z)	Atributes	26. merger gojek dengan tokopedia berpengaruh positif pada saya z3	saya suka dengan gojek z4
		27. nama Karya Anak Bangsa sebagai nama perseroan gojek berpengaruh positif pada saya z5	(Alrio et al., 2018; Fika et al., 2020; Hufron, 2015; Vira
		28. Sebagai aplikasi karya anak bangsa, saya akan memilih gojek dibanding pesaing yang mempunyai promosi lebih menarik z6	Indriana, Hanifah Muslimah Az-Zahra, 2019; Yundari dan
	<b>Benefit</b>	29. Saya puas dengan pelayanan gojek z1	Wardana, 2019)
		30. driver gojek melayani saya dengan baik z2	
	<b>Attitides</b>	31. kegiatan pemasaran gojek membuat	

Sumber: Diolah Oleh Peneliti

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data primer, dimana sumber data langsung diberikan kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini akan menggunakan teknik kuesioner atau angket, dimana responden menjawab seperangkat pertanyaan yang telah diberikan oleh peneliti (Sugiyono, 2017). Kuesioner ini akan dibagikan kepada responden secara daring dalam bentuk Google Form, yang dibagikan melalui media sosial *online* (Whatsapp, Line, Gmail, dan sebagainya). Kuesioner yang digunakan bersifat tertutup dimana jawabannya sudah ditentukan oleh peneliti sesuai dengan kebutuhan penelitian dan reponden tidak diberikan kesempatan untuk memberikan jawaban lain.

Kemudian untuk mengukur pernyataan yang tersedia dalam kuesioner, akan menggunakan modifikasi skala likert 6 poin. Skala likert ini diambil dari nama

penciptanya yakni Rensis Likert, seorang ahli psikologi Sosial dari Amerika Serikat. Penggunaan modifikasi skala likert dengan 6 poin ini mengacu pada pendapat dari Edwards (1957) yang menyatakan bahwa jika peneliti ingin mengkorelasikan skor pada skala sikap dengan skala lainnya, dapat dilakukan dengan menghiraukan titik nol (titik netral) pada kontinum *favourable-unfavourable*.

Adapun modifikasi skala likert ini dimaksudkan untuk beberapa hal berdasarkan Hadi (1991) , diantaranya:

1. Menghindari kategori jawaban *undecided* yang memiliki arti ganda, yakni belum dapat memutuskan atau memberi jawaban.
2. Menghindari *central tendency effect*, dengan menyediakan jawaban netral atau ragu-ragu akan menimbulkan kecenderungan menjawab ke arah tersebut, terutama bagi mereka yang ragu-ragu. Hal ini akan menimbulkan banyaknya informasi yang dapat diambil oleh peneliti.
3. Dapat melihat kecenderungan pendapat apakah ke arah setuju atau tidak setuju.

Adapun pembobotan modifikasi skala likert dengan 6 poin yakni sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Skala Penilaian**

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	6	1
2.	Agak Setuju (S)	5	2
3.	Setuju (S)	4	3
4.	Tidak Setuju (TS)	3	4
5.	Agak Tidak Setuju (ATS)	2	5
6.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	6

Sumber: Sukardi, 2015

### 3.6 Teknik Analisis Data

Dalam menginterpretasikan dan menganalisis data yang telah dikumpulkan, maka dilakukan metode analisis. Penelitian ini menggunakan model penelitian *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat bantu SPSS dan AMOS untuk mengolah data. SEM dipilih karena lebih akurat dan komprehensif, mampu mengukur komponen pembentuk variabel dan besarnya, mampu menganalisis hubungan variabel laten dengan variabel indikatornya, mampu menganalisis hubungan variabel laten satu dengan lainnya, dan mengetahui besarnya kesalahan dalam perhitungan.

#### A. Analisa Deskriptif

Analisa deskriptif ini digunakan untuk melakukan pengujian data dengan cara menggambarkan data yang ada secara apa adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang mengeneralisir (Sugiyono, 2017). Analisis ini bertujuan untuk membuat gambaran jawaban responden terhadap kuesioner yang telah diberikan. Penyajian data dalam analisis ini akan disajikan dalam bentuk tabel, grafik, atau ukuran-ukuran statistik.

## B. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017) jika instrumen penelitian valid, maka alat ukur yang digunakan dalam mendapatkan data tersebut juga valid. Uji validitas digunakan untuk menguji kebenaran dan ketepatan penggunaan instrumen dalam sebuah penelitian. Jika instrumen dinyatakan valid, maka dapat digunakan untuk penelitian dan hasil pengukuran pun kemungkinan akan benar. Setiap instrumen pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner ini akan diukur validitasnya.

Dalam penelitian ini, pengujian akan dilakukan dengan *Exploratory Factor Analysis* (EFA) dan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). EFA digunakan untuk memeriksa apakah terdapat dimensi yang terbentuk pada sebuah variabel dalam penelitian ini. Semua variabel akan diukur dan dihubungkan dengan berdasarkan estimasi *factor loading*. Sementara CFA dilakukan untuk mendapatkan konstruk yang paling layak dan *fit* sebelum pengujian *full model*.

## C. Uji Reliabilitas

Setelah instrumen dilakukan uji validitas, akan dikenakan uji reliabilitas. Instrumen dinyatakan reliabel jika terdapat kesamaan data diwaktu yang berbeda, maksudnya instrumen tersebut akan tetap menghasilkan data hasil yang sama jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama (Sugiyono, 2017). Pengujian ini mengindikasikan sejauh mana ketidakbiasan instrumen, sehingga menjamin pengukuran yang konsisten. Pengujian akan dilakukan dengan menghitung koefisien reliabilitas dengan *Cronbach Alpha*, dikarenakan instrumen ini merupakan kuesioner. *Cronbach alpha* yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,70 dimana instrumen dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach alpha*-nya lebih dari 0,70.

#### D. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode SEM dengan alat bantu analisis AMOS. SEM menggunakan CFA untuk meminimalisir kesalahan pengukuran yang memiliki banyak indikator dalam satu variabel. Pengujian dilakukan dengan dua langkah yakni menguji apakah terdapat nilai taksiran yang rusak. Berikutnya adalah uji kecocokan model dengan kriteria *Goodness of*

*Fit*:

1. *Chi-Square* (CMIN) dan Probabilitas

Merupakan alat ukur yang paling mendasar untuk mengukur *overall fit* sebuah model. Model penelitian akan dikatakan baik jika nilai *chisquare* rendah. Semakin kecil nilai *chi-square*, maka semakin baik model tersebut dan akan diterima berdasarkan nilai *significance probability* ( $p \geq 0,05$ ). Namun penggunaan nilai *chi-square* ini sangat sensitive terhadap jumlah sampel. Bila jumlah sampel  $>200$  maka nilai *chi-square* akan naik dan berpeluang untuk menolak hipotesis nol.

2. *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA)

Pengukuran ini digunakan untuk mencoba memperbaiki nilai *chisquare* yang cenderung menolak model pada sampel yang besar. Nilai RMSEA  $\leq 0,08$  menyatakan *good fit* yang artinya model diterima.

3. *Goodness of Fit Index* (GFI)

Rentang nilai dalam pengukuran ini berkisar antara 0 (poor fit) sampai dengan 1 (*perfect fit*). Nilai yang semakin mendekati angka 1 menunjukkan fit yang lebih baik. Nilai GFI yang diharapkan adalah  $\geq 0,90$ .

4. CMIN/DF

Merupakan perhitungan dari nilai *chi-square* dibagi dengan *degree of freedom* (DF). Nilai yang diharapkan adalah  $\leq 2,00$  dan tidak bernilai negatif, yang menunjukkan penerimaan dari model.

#### 5. TLI dan CFI

Dalam model pengujian sebuah model, pengukuran indeks TLI dan CFI sangat dianjurkan karena indeks ini relatif tidak terpengaruh oleh jumlah sampel dan kerumitan model. *Tucker Lewis Index* (TLI) digunakan dengan *alternative incremental fit* indeks yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah *baseline model*. Nilai yang diharapkan adalah  $\geq 0,95$ . Selanjutnya ada *Comparative Fit Index* (CFI) dengan rentang nilai 0 sampai dengan 1, dimana semakin mendekati angka 1 maka mengindikasikan semakin tingginya diterima model. Nilai yang diharapkan adalah  $\geq 0,90$

