

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu serta tempat yang dilakukan oleh peneliti yaitu :

3.1.1 Waktu Penelitian

Terlaksananya penelitian dalam 4 bulan, dimulai pada Februari 2022 sampai bulan Mei 2022. Peneliti merasa waktu tersebut sangat tepat untuk melakukan penelitian, karena peneliti akan lebih fokus untuk melakukan penelitian tanpa adanya tugas perkuliahan lainnya.

3.1.2 Tempat Penelitian

Universitas Negeri Jakarta merupakan tempat penelitian, dengan target sasaran mahasiswa FE UNJ yang pernah menggunakan aplikasi Gojek atau menggunakan jasa transportasi *online* dari Gojek di Jakarta minimal dua kali dalam enam bulan terakhir. Pemilihan Jakarta sebagai tempat penelitian dikarenakan Jakarta adalah kota dengan tingkat penggunaan ojek *online* tertinggi di Indonesia. Menurut data dari situs metro.tempo.co pada tahun 2020 yang lalu, peneliti dari Institut Teknologi Bandung (ITB) menyebutkan ada 96% pengguna transportasi online di Jabodetabek dari total 5.064 responden. Data ini berdasarkan data pengguna jasa antar atau ojek, tentu dengan tambahan data mengenai jasa antar makanan, jasa antar barang, atau yang lainnya, pengguna transportasi online di Jabodetabek khususnya di Jakarta menjadi lebih banyak. Penelitian dilakukan dengan metode *online* melalui penyebaran kuesioner melalui *Google Form* untuk efisiensi waktu dan biaya.

3.2 Desain Penelitian

Metode analisis kuantitatif adalah suatu metode dalam percobaan teori-teori objektif melalui pemeriksaan adanya keterikatan antar variabel terkait (Wahidmurni, 2017). Variabel ini diukur pada instrumen, agar menciptakan data bernomor yang dapat diuji coba dengan metode prosedur statistik. Metode kuantitatif yang digunakan adalah teknik *random sampling*, yang dimana adalah sebuah metode untuk dalam mengambil sampel dengan pemberian kesempatan untuk menjadi sampel bagi tiap anggota.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Mahasiswa UNJ dengan penggunaan layanan Gojek di Jakarta minimal selama dua kali dalam enam bulan terakhir adalah populasi untuk penelitian yang dibuat.

3.3.2 Sampel

Pengambilan sampel yang representative dan sesuai adalah kriteria idel dalam pengambilan sampel. Pada penelitian ini total populasi mahasiswa FE UNJ sejumlah 2.556 orang. Peneliti menetapkan target 200 responden. Target penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi UNJ yang pernah menggunakan aplikasi Gojek atau menggunakan jasa transportasi *online* Gojek minimal dua kali selama enam bulan terakhir di Jakarta dengan rentang usia 18-24 tahun atau angkatan 2017-2021.

3.4 Pengembangan Instrumen

3.4.1 *Customer Experience*

Felita & Japarinto (2015) dan Tyrväinen, Karjaluoto, & saarijärvi, (2020) menjelaskan indikator dari *customer experience*, yaitu :

Tabel 3.1 - Instrumen *Customer Experience*

Indikator Asli	Indikator Adaptasi
Kemudahan <i>customer</i> dalam berinteraksi dan mengakses produk (A)	Saya mudah untuk mengakses dan berinteraksi di aplikasi Gojek (A)
Kemudahan <i>customer</i> untuk meminta bantuan (H)	Saya mudah untuk meminta bantuan pada aplikasi Gojek (H)
<i>Customer</i> merasakan kenyamanan dengan adanya fasilitas dan perlakuan yang baik. (P)	Saya menerima perlakuan yang baik serta fasilitas yang nyaman dari Gojek (P)
Adanya penyelesaian masalah <i>customer</i> dari pelayanan yang diberikan perusahaan (PS)	Saya merasa permasalahan saya terselesaikan dengan adanya aplikasi Gojek (PS)
Penyedia jasa menghargai waktu <i>customer</i> . (VT)	Saya merasa waktu yang saya miliki sangat dihargai oleh Gojek (VT)
<i>Reliance on the quality of merchandise, data privacy, and security matters (EE)</i>	Saya merasa bergantung dengan pelayanan yang diberikan oleh Gojek (EE)
<i>It is nice to test products in the e-retailing (CE)</i>	Saya merasa senang untuk terus mencoba jasa yang ditawarkan Gojek (CE)

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2021)

3.4.2 E-Service Quality

Teimouri et al. (2014), Sindhu et al. (2015), Magarimo (2015), dan Candra (2014) dalam penelitiannya memberikan 5 indikator terkait *e-service quality*, yaitu :

Tabel 3.2 - Instrumen *E-Service Quality*

Indikator Asli	Indikator Adaptasi
<i>Ease of completing an online transaction (EU)</i>	Saya merasa mudah untuk bertransaksi di aplikasi Gojek (EU)
<i>Timely notification about services like bus arrivals and departures or gift shop operating hours sent to the mobile users. (C)</i>	Di aplikasi Gojek saya bisa mengetahui titik awal pengemudi, mobilitas pengemudi, dan perkiraan jam kedatangan pengemudi (C)
<i>Security of sensitive information between customers and the company (S)</i>	Saya merasa aman karena aplikasi Gojek sangat melindungi informasi data diri saya (S)
<i>Ability of the employees ability to answer customer questions (E)</i>	Saya merasa <i>customer service</i> Gojek dapat menjawab pertanyaan saya (E)
<i>Lets customers rates with other popular travel sites in order to be sure that they are getting the best price (RT)</i>	Di Gojek, saya bisa melihat perbandingan harga tiap layanan yang ditawarkan (RT)
<i>Page loading is fast (WD)</i>	Gojek memuat halaman tampilan dengan cepat (WD)
<i>It has adequate response time (Rs)</i>	Gojek merespon permintaan saya dengan waktu yang cukup baik (Rs)

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2021)

3.4.3 Customer Satisfaction

Menurut Asad et al. (2016), Alawneh et al. (2013), Sikdar et al. (2015) kepuasan pelanggan dapat diukur dengan indikator :

Tabel 3.3 - Instrumen Customer Satisfaction

Indikator Asli	Indikator Adaptasi
<i>The use of E-Banking services are time saving.(Ef)</i>	Saya merasa menggunakan Gojek sangat menghemat waktu saya (Ef)
<i>E-Banking service is reliable and dependable (R)</i>	Saya merasa layanan Gojek dapat diandalkan (R)
<i>E-Banking service provides high protection for my banking transactions (SP)</i>	Gojek memberikan layanan perlindungan yang tinggi untuk setiap transaksi saya (SP)
<i>E-Banking services are available 24/7. (RC)</i>	Saya bisa mengakses layanan Gojek 24 jam (RC)
<i>I think I made the correct decision to use the E-Banking services (SQ)</i>	Keputusan yang tepat ketika saya mulai beralih ke Gojek (SQ)
<i>Website Proper Work: Complete quickly a transaction through the bank's website (ERS)</i>	Aplikasi Gojek mampu menyelesaikan transaksi dengan cepat (ERS)
<i>Banking Accuracy: Internet banking transactions are always accurate. (F)</i>	Gojek selalu memproses transaksi saya dengan tepat (F)
<i>Website appearance: The Internet banking webpage is visually pleasing. (SA)</i>	Saya merasa tampilan aplikasi Gojek secara visual sangat baik dan menyenangkan (SA)
<i>Feedbacks and consumer opinions: forum for discussion, complaints, etc (OR)</i>	Di Gojek, saya bisa memberikan penilaian saya dan melakukan complain (OR)
<i>Efficient search engine: Clients easily find what they search for, with a simple keyword. (WN)</i>	Saya merasa mudah menemukan yang saya cari di Gojek hanya dengan memasukkan beberapa huruf (WN)

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2021)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2010), menyatakan didasarkan pada sumbernya, dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan sekunder.

Berdasarkan sumber datanya, penelitian mengambil data data primer. Dikarenakan peneliti mengumpulkan data dengan metode survei melalui instrumen angket atau kuisisioner yang telah dibuat. Angket atau kuisisioner merupakan pertanyaan yang disusun untuk merepresentasikan pandangan mengenai sebuah variabel (Juliandy, 2014). Peneliti menyebarkan pertanyaan melalui *google form*.

Skala Likert Type digunakan untuk penelitian ini:

Tabel 3.4 - Skala Likert

Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Netral	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber : Sugiyono, (2010)

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas yaitu sebuah uji coba untuk menentukan validitas dari sebuah kuesioner penelitian. Menurut Malhotra (2009), validitas memiliki tujuan dalam mengetahui korelasi antar variabel penelitian. *Factor analysis* digunakan untuk mengetahui korelasi valid atau tidaknya maka peneliti menggunakan EFA (*Exploratory Factor Analysis*).

Dalam penelitian ini menggunakan nilai *loading* pada EFA sesuai dengan sampel berikut :

Tabel 3.5 - Nilai *loading significant* EFA berdasarkan jumlah sampel

<i>Factor loading</i>	Jumlah sampel
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: Sanusi (2011)

Data dari hasil kuisioner ini dianalisis dengan menggunakan SPSS (*Statistikal Package for the Social Sciens*) untuk menentukan apakah indikator digunakan atau dihapus. Adapun *factor analysis* dengan ketentuan *factor loading* 0.40. Semua indikator valid jika indikator memiliki *factor loading* > 0.40 dan tidak terdapat *cross factor*.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas melalui metode uji reliabilitas dilakukan dengan alat pengukur yang dapat diandalkan. Penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistikal Package for the Social Sciens*). *Cronbach's alpha* (α) merupakan alat pengujian untuk menguji

masing-masing angket variabel untuk menyatakan sebuah kuisioner reliabel memperoleh nilai alpha di atas 0.7.

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan menggunakan software AMOS (*Analysis Of Moment Structure*) dilakukan untuk menguji hipotesis ini. Penarikan kesimpulan pada data ini dilakukan melalui metode analisis dengan memanfaatkan SPSS (*Statistikal Package for the Social Sciens*) for Windows dan SEM dari paket statistik AMOS dalam menganalisa sebuah data.

Sanusi menuturkan adanya alat uji model pada SEM menjadi tiga bagian, yaitu: (1) *absolute fit indices* (2) *incremental fit indices* (3) *parsimony fit*. *Absolute fit indices* adalah cara untuk menguji yang paling sederhana pada SEM untuk menguji model fit dengan model structural ataupun pengukuran yang dilakukan secara bersama-sama. *Absolute fit indices* memiliki alat ukur sebagai berikut.

- *Chi-square*

Chi square yang semakin rendah memperlihatkan sebuah model yang semakin baik jika dilihat dari probabilitas (p) *cut off value* sebesar $p > 0.05$. Jumlah sampel sejatinya akan berpengaruh pada *chi-square*.

- RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*)

Nilai RMSEA ≤ 0.08 yaitu indeks indikasi diterimanya sebuah model (*good fit*) sedangkan apabila < 0.05 indeks sudah dianggap tidak diterima (*close fit*)

- GFI (*Goodness of Fit Index*)

GFI yang diharapkan adalah ≥ 0.90 (*good fit*) sedangkan apabila $0.80 \leq \text{GFI} < 0.90$ dikategorikan *marginal fit*.

- AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*)

Semakin tinggi AGFI maka akan semakin baik. AGFI diharapkan ≥ 0.90 (*good fit*) tetapi apabila $0.80 \leq \text{AGFI} < 0.90$ dikategorikan *marginal fit*.

- TLI (*Tucker Lewis Index*)

TLI pada sebuah model diharapkan memenuhi ≥ 0.95 (*good*) tetapi apabila $0.80 \leq \text{TLI} < 0.95$ dikategorikan *marginal fit*.

- CFI (*Comparative Fit Index*)

CFI pada sebuah model diharapkan memenuhi kriteria sebesar ≥ 0.95 (*good fit*) tetapi apabila $0.80 \leq \text{CFI} < 0.95$ dikategorikan sebagai *marginal fit*.

- CMIN/DF

CMIN/DF pada sebuah model diharapkan sebesar ≤ 2.00 mempresentasikan diterimanya sebuah model.

Nilai Indeks menjadi dasar pada uji SEM (*Structural Equation Modeling*) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.6 - Goodness of fit indices

<i>Goodness of fit indices</i>	<i>Cut off value</i>
<i>Chi-square</i>	Diharapkan kecil
Probabilitas	≥ 0.05
RMSEA	≤ 0.08
GFI	≥ 0.90
AGFI	≥ 0.90
CMIN/DF	≤ 2.00
TLI	≥ 0.95
CFI	≥ 0.95

Sumber: Sanusi (2011)