

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Unit Analisis dan Ruang Lingkup Penelitian

3.1.1. Subjek Penelitian

Subyek penelitian diartikan dalam Kamus Bahasa Indonesia, 1989: 862 bahwa

“ orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembumbutan sebagai sasaran”

Penelitian ini ingin melihat faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam penerimaan dan penggunaan teknologi ojek *onlined* dengan pendekatan *technology acceptance* model. Maka subjek penelitian adalah pemakai ojek *online* di Tangerang selatan. Objek yang diteliti adalah beberapa ojek online yang beroperasi di Indonesia, berikut ojek online yang diteliti adalah Gojek, Grab Uber, Bluejek dan Ladyjek.

3.1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian dilakukan di Tangerang Selatan, Indonesia. Pemilihan Kota Tangerang Selatan sebagai lokasi penelitian dikarenakan merupakan salah satu kota mandiri yang masih jarang diadakan penelitian mengenai Ojek *Online*.

3.1.3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari seminar proposal tesis sampai dengan penyelesaian tesis yaitu dalam kurun waktu 4 bulan sejak bulan Penelitian

dilakukan dimulai dari sejak bulan November 2016 sampai dengan Februari 2017, adapun jadwal penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	November 2016	Desember 2016	Januari 2017	Febuari 2017
1.	Pengajuan Proposal tesis			v	
2.	Pengumpulan dan Olah Data			v	v
3.	Konsultasi dan Revisi	v	v	v	v
4.	Ujian Tesis				v

3.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian kuantitatif dipilih sebagai metode penelitian. Menurut Sugiyono (2008) penelitian kuantitatif didasarkan pada teori mendalam untuk dapat menyusun hipotesis.

Metode Penelitian Kuantitatif, menurut Sugiyono (2012) yaitu :

“penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.”

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode kuantitatif yang berjenis deskriptif. Metode deskriptif sendiri biasanya menemukan keadaan sesungguhnya dengan harapan yang sesuai. Penelitian deskriptif biasanya mengamati fenomena yang ada di masyarakat sekitar, serta tata cara yang berlaku pada keadaan tertentu yang terjadi dalam masyarakat, termasuk kegiatan masyarakat sekitar, sikap, cara berfikir, serta siklus proses dan dampak dari suatu trend (Whitney, 1960). Menurut Best (1982) “Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang mendeskripsikan objek atau subjek yang diteliti sesuai dengan keadaan”

3.3. Teknik Penentuan Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Mantra dan Kasto (1989) “Populasi adalah keseluruhan dari unit analisis yang mana ciri-cirinya akan diduga”. Penelitian yang populasinya adalah pengguna ojek online di Jabodetabek. Populasi penelitian ini bersifat infinite, yang mana menurut Nazir (2005) infinite adalah jumlah populasi yang diteliti tidak diketahui jumlahnya.

3.3.2. Sampel

Menurut Arikunto (2006) "sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti". Sample yang menjadi sebagian dari keseluruhan populasi dan karakteristik yang dimiliki populasi (Sugiyono, 2001). Oleh karenanya sample penelitian yang digunakan penulis adalah pengguna ojek online di Tangerang Selatan,

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini sampel ditentukan dengan teknik non probability sampling menggunakan teknik convenience sampling. Menurut Uma Sekaran teknik convenience sampling (2003) adalah sekumpulan informasi dari anggota populasi yang mudah diperoleh keterangan informasi, maka siapa saja yang dapat memberi informasi baik secara sengaja atau tidak dapat menjadi sampel, apabila responden ini dapat memberi informasi sesuai dengan data yang diinginkan. Penulis dalam penelitian ini mendatangi responden untuk memberi kuesioner di tempat-tempat yang biasanya konsumen melakukan pemesanan ojek online, seperti stasiun, sekolahan, pasar modern dan mall yang ada di Tangerang Selatan.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah data primer, dimana penulis menggunakan kuesioner sebagai alat untuk penumpulan data. Metode pengumpulan data adalah dengan memberikan lembar pertanyaan tertulis kepada responden, yaitu pelanggan ojek *online* di daerah Tangerang Selatan. Kuesioner dibagikan dan dibantu pengisiannya oleh peneliti sendiri.

Menurut Ferdinand (2002), untuk memperoleh data yang baik dalam penelitian maka jumlah responden yang mengisi kuesioner dapat dilihat dari lima hingga sepuluh kali jumlah indikator. Berkaitan dengan penelitian ini maka dilihat jumlah indikator dalam penelitian adalah 25 buah, sehingga sampel penelitian yang baik berkisar antara 125 hingga 250 responden.

Kuesioner penelitian menggunakan skala likert. Skala likert sendiri merupakan salah satu *rating scale*, yang dapat diartikan likert, menurut Sugiyono (2010) sebagai berikut

"Skala Likert digunakan untuk review mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial."

Responden akan melakukan pilihan jawaban diminta untuk menggambarkan respon atau sikap.

Dalam penelitian ini, responden memiliki kebebasan untuk memberikan penilaian sesuai dengan pendapat dan pengalaman mengenai pertanyaan pada kuesioner dengan memilih melalui rentang nilai. Adapun perincian rentang nilai adalah:

- 1-Jika *sangat tidak setuju* dengan pernyataannya.
- 2-Jika *tidak setuju* dengan pernyataannya.
- 3-Jika *kurang setuju* dengan pernyataannya.
- 4-Jika merasa *netral* pada pernyataannya.
- 5-Jika *sedikit setuju* dengan pernyataannya
- 6-Jika *setuju* dengan pernyataannya.

- 7- Jika *sangat setuju* dengan pernyataannya.

3.5. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Tabel dibawah ini tentang instrument pertanyaan yang digunakan dalam penelitian:

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Instrumen

Sumber	Dimensi	Indikator	Terjemahan	Hasil Adaptasi
1.	Perceived usefulness/PU (Persepsi Manfaat)			
Parren'o <i>et al</i> (2012), Carlson <i>et al</i> (2010)	Manfaat	<i>Mobile advertising saves me money.</i>	Iklan melalui alat komunikasi mobile dapat menghemat uang.	Menurut saya, penggunaan ojek <i>online</i> dapat menghemat uang.
		Mobile advertising saves me time.	Iklan melalui alat komunikasi mobile dapat menghemat waktu.	Menurut saya, penggunaan ojek <i>online</i> dapat menghemat waktu.
		I find the internet banking to be useful	Saya menemukan internet banking untuk menjadi berguna	Menurut saya, ojek <i>online</i> merupakan transportasi yang berguna
		Using the internet banking increases my productivity.	Menggunakan internet banking meningkatkan produktivitas saya	Menurut saya, penggunaan ojek <i>online</i> meningkatkan produktivitas, dalam kaitan sebagai alat transportasi.
2.	Perceived ease-of-use/PEOU (Persepsi Kemudahan Penggunaan)			
Sentosa <i>et al</i> (2012), Parren'o <i>et al</i> (2012),,	KemudahanP enggunaan	Getting information from the internet	Mendapatkan informasi dari internet banking mudah.	Menurut saya, mendapatkan informasi dari ojek <i>online</i> adalah hal

Sumber	Dimensi	Indikator	Terjemahan	Hasil Adaptasi
Carlson <i>et al</i> (2010)		banking is easy		yang mudah.
		Learning to operate the web site is easy for me	Belajar untuk mengoperasikan situs web adalah mudah bagi saya	Menurut saya, penggunaan aplikasi ojek <i>online</i> mudah dipelajari.
		I find the web site easy to use	Menurut Saya situs web mudah digunakan oleh pemakainya.	Menurut saya, aplikasi ojek <i>online</i> mudah digunakan oleh pemakainya.
		It would be easy for me to become skilful at using the site	Menurut saya, Penggunaan website menjadi mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam penggunaannya.	Menurut saya, Penggunaan aplikasi ojek <i>online</i> merupakan hal yang mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam penggunaannya.
3.	Attitude toward behaviour			
Parren˜o <i>et al</i> (2012),, Carlson <i>et al</i> (2010)	Sikap terhadap perilaku	I like mobile advertising	Saya suka iklan seluler.	Saya suka aplikasi Ojek <i>online</i> .
		I think mobile advertising is an interesting thing	Saya pikir iklan seluler adalah suatu hal yang menarik.	Menurut saya, Ojek <i>online</i> adalah suatu hal yang menarik.
		I think mobile advertising is a good idea	Saya pikir iklan seluler adalah ide yang baik.	Menurut saya, Ojek <i>online</i> adalah ide yang kreatif.
		Mobile advertising seems something positive to me	Periklanan seluler tampaknya sesuatu yang positif bagi saya.	Menurut saya, Ojek <i>online</i> merupakan sesuatu yang positif bagi saya.
5.	Facilitating Condition			
Awwad dan	Kondisi	My living	Lingkungan hidup	Lingkungan yang

Sumber	Dimensi	Indikator	Terjemahan	Hasil Adaptasi
Al-Majali (2014) Yu (2012))	pendukung	environment supports me to use mobile banking	saya mendukung saya untuk menggunakan ponsel perbankan.	ada disekitar saya mendukung saya untuk menggunakan aplikasi ojek <i>online</i> .
		I feel the need to use electronic library services to advance my search abilities.	Saya merasa perlu untuk menggunakan layanan perpustakaan elektronik untuk memajukan kemampuan pencarian saya.	Saya merasa perlu untuk menggunakan layanan aplikasi ojek <i>online</i> khususnya dalam bertransportasi.
		I have the knowledge to take advantage of electronic library services.	Saya memiliki pengetahuan untuk memanfaatkan layanan perpustakaan elektronik.	Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk mengakses ojek <i>online</i> .
		Using mobile banking is compatible with my life	Menggunakan mobile banking kompatibel dengan hidupku.	Menggunakan ojek <i>online</i> kompatibel dengan smartphone saya.
		Help is available when I get problem in using mobile banking	Bantuan tersedia ketika saya mendapatkan masalah dalam menggunakan mobile banking .	Aplikasi ojek <i>online</i> menyediakan layanan saran dan kritik untuk pengguna.
		Electronic library services are suitable to the way I like to do	Layanan perpustakaan elektronik cocok dengan cara saya ingin melakukan hal-hal.	Aplikasi ojek <i>online</i> merupakan gambaran moda transportasi <i>online</i> yang cocok dengan saya.

Sumber	Dimensi	Indikator	Terjemahan	Hasil Adaptasi
		things.		
6.	Behavioral Intentions			
Sentosaet al (2012) ,Lien et al (2010)	Niat Perilaku	Given that I had access to the internet purchasing, I predict that I would use it	Mengingat bahwa saya memiliki akses pembelian internet, saya berniat bahwa saya akan menggunakan akses tersebut.	Saya berniat akan menggunakan aplikasi Ojek <i>online</i> yang sudah diunduh tersebut.
		I intend to use the internet purchasing in the future	Saya berniat untuk melakukan pembelian melalui internet di masa depan.	Saya berniat untuk menggunakan Ojek <i>online</i> di masa depan.
		I intend to use the internet purchasing as much as possible	Saya berniat untuk melakukan pembelian internet sesering mungkin.	Saya berniat untuk menggunakan Ojek <i>online</i> sesering mungkin.
7.	Usage Behaviour			
Sentosa et al (2012), Zhou (2013)	Perilaku penggunaan	I would feel comfortable buying things over the internet on my own.	Saya merasa nyaman melakukan pembelian melalui internet .	Saya merasa Ojek <i>online</i> memberikan kenyamanan kepada pelanggan.
		The internet is a reliable way for	Internet adalah cara yang dapat diandalkan bagi saya untuk	Menurut saya, Ojek <i>online</i> dapat diandalkan .

Sumber	Dimensi	Indikator	Terjemahan	Hasil Adaptasi
		me to take care of my personal affairs.	mengurus pribadi saya urusan.	
		I intend to continue using this mobile site rather than discontinue its use.	Saya berniat untuk terus menggunakan situs mobile ini daripada menghentikan penggunaannya.	Saya akan menggunakan Ojek <i>online</i> secara rutin
		My intentions are to continue using this mobile site than use any alternative means	niat saya adalah untuk terus menggunakan situs mobile ini daripada menggunakan cara alternatif.	Saya akan terus menggunakan ojek <i>online</i> sebagai alat transportasi daripada menggunakan alternative transportasi lain.

Sumber : Riset Ekploratif (Peneliti)

3.6. Metode Analisis

3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji validitas dan reliabilitas adalah instrument yang penting dalam sebuah penelitian, dikarenakan data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti dan digunakan untuk pembuktian hipotesis. Mutu dari data bergantung pada instrumen yang dipergunakan yang memenuhi uji validitas dan reliabilitas.

Uji validitas biasanya berhubungan dengan ketepatan alat ukur terhadap konsep yang diukur sehingga benar-benar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Kuncoro dan Riduwan (2007), “validitas adalah suatu ukuran

yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur". Menurut Umar (2000) uji validitas dilakukan dengan cara menyerahkan instrumen untuk dilakukan penilaian dan diisi responden yang mana minimal 30 responden. Kemudian, hubungan masing-masing pertanyaan akan dihitung dengan teknik korelasi product moment melalui komputer. Instrumen yang valid dapat dinilai dari kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya (r hitung) bila nilai korelasi $> 0,30$.

Menurut Malhotra (2012) arti reliabilitas adalah:

"uji terhadap instrumen atau pertanyaan dalam kuesioner yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama".

Menurut Hair (2007), jika ada urutan nilai Cronbach's Alpha maka suatu construct atau variabel dianggap reliable. Nilai tingkat keandalan ditunjukkan sebesar dari nol sampai satu. Eisingerich dan Rubera (2010) menyatakan bahwa nilai Cronbach's Alpha adalah $0,70$ dikarenakan dapat memberikan dukungan yang tetap pada nilai ini.

3.6.2. Uji Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

Menurut Ghozali (2008) Structural Equation Modelling (SEM) adalah:

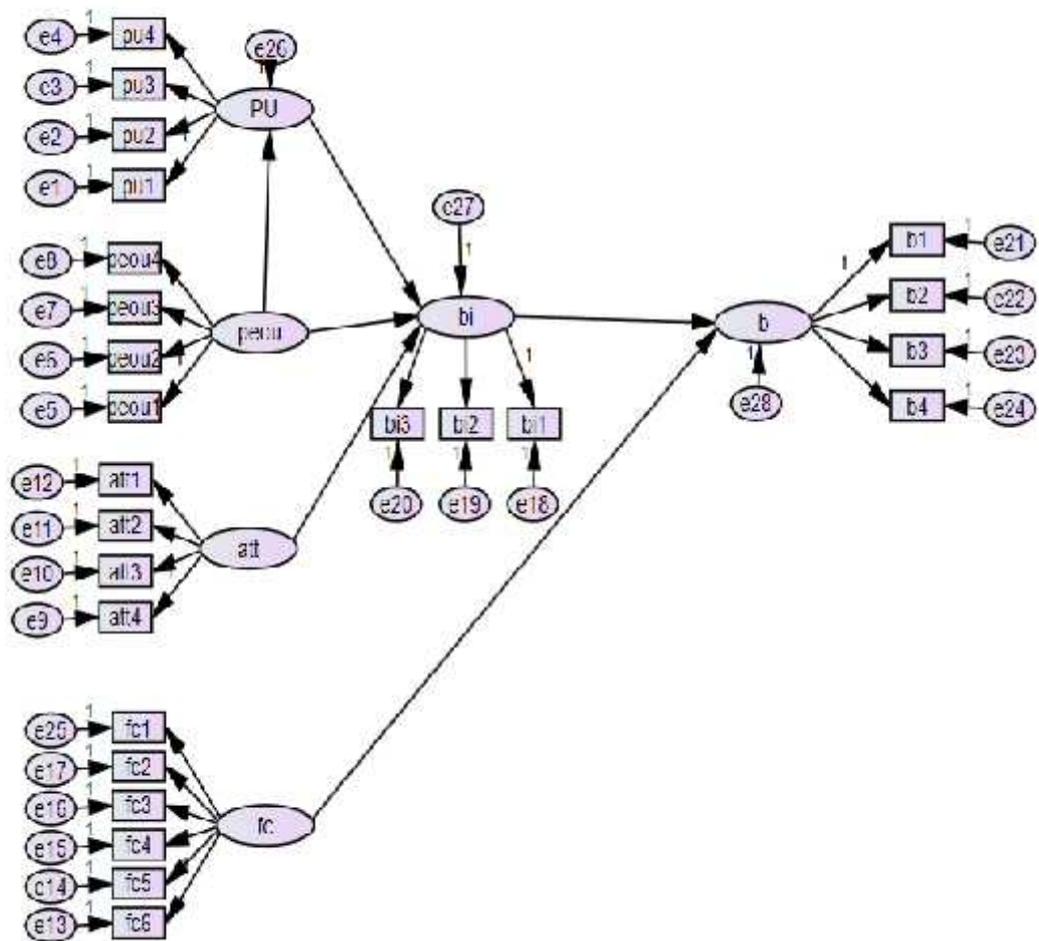
"sebuah evolusi dari model persamaan berganda yang dikembangkan dari prinsip ekonometri dan digabungkan dengan prinsip pengaturan dari psikologi dan sosiologi, SEM telah muncul sebagai bagian integral dari penelitian manajerial akademik. Pengaruh tersebut sangat kompleks, dimana terdapat variabel bebas dan variabel terikat"

Oleh karena itu, analisis data dalam penelitian ini digunakan teknik analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan program AMOS 23.

Menurut Hair *et al* (1995) dalam Hartono (2006), ada 7 langkah yang harus dilalui apabila menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) yaitu :

1. Pengembangan model Teoritis
2. Menyusun Diagram Jalur (Path Model)
3. Menyusun Persamaan Struktural
4. Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi Model yang Diusulkan
5. Menilai Identifikasi Model Struktural
6. Evaluasi Kriteria *Goodness of Fit*
7. Interpretasi dan Modifikasi Model

Penelitian memiliki beberapa konstruk yang mana terdiri dari konstruk eksogen (variabel independen) dan menggunakan konstruk endogen yaitu perilaku penggunaan .Penyajian diagram alur penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Diagram Alur Dari Penelitian (Software Amos 2.3)

Keterangan Variabel:

PU = *Perceived Usefulness* (Persepsi manfaat)

PEOU = *Perceived Ease Of Use* (Persepsi kemudahan penggunaan)

ATT = *Attitude toward behaviour* (Sikap terhadap perilaku)

FC = *facilitating Condition* (Kondisi pendukung)

BI = *Behavioural Intention* (Niat Penggunaan)

B = *Usage Behaviour* (Perilaku menggunakan)

3.6.3. Uji Kelayakan dan Uji Absolute Statistic

Sebuah model dapat diterima maka dapat dilihat dari indeks kelayakan dan uji *absolute statistic*. Berikut nilai uji kelayakan serta batas-batas yang menunjukkan tingkat kelayakan terdapat dalam tabel *goodness of fit index*:

Tabel 3.3 Goodness Of Fit Index

UKURAN GOF	TINGKAT KESESUAIAN YANG DAPAT DITERIMA
<i>Statistic Chi-square (X^2)</i>	Diharapkan kecil
<i>Goodness of Fit Index (GFI)</i>	0.90
<i>Root Mean Square (RMR)</i>	0.05
<i>Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)</i>	0.05
<i>Normed Fit Index (NFI)</i>	0.90
<i>Adjust Goodness of Fit Index (AGFI)</i>	0.90
<i>Incremental Fit Index (IFI)</i>	0.90
<i>Comperative Fit Index (CFI)</i>	0.90
<i>Tucker Lewis Index atau Non Normed Fit Index (TLI atau NNFI)</i>	0.90

Sumber: Wijanto (2008)

Uji Goodness of Fit berfungsi untuk menilairegresi sampel untuk memperkirakan nilai sebenarnya. Statistik uji Goodness of Fit dapat dilakukan melalui pengukuran nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik.

Menurut Ghozali (2011)

“perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya perhitungan statistik disebut tidak signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima”.