

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Sebelum menjelaskan mengenai metode penelitian berupa desain penelitian maupun teknik penelitian, ada baiknya jika menjelaskan terlebih dahulu mengenai objek penelitian. Ada beberapa penelitian yang menjadikan fitur Gosend pada aplikasi gojek sebagai objek penelitian. Sedangkan subjek dari penelitian ini adalah pengguna fitur Gosend. Umumnya penelitian itu membahas terkait aplikasi gojek secara keseluruhan ataupun hanya dari segi transportasi ojek nya. Namun dalam aplikasi gojek masih terdapat beberapa item jasa yang ditawarkan namun belum dijadikan bahan penelitian. Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti mencoba untuk fokus pada salah satu jasa yang ditawarkan dalam aplikasi gojek, yakni jasa Gosend dari aplikasi gojek.

Penelitian ini bermaksud untuk menguji faktor mana yang paling dominan mempengaruhi niat menggunakan jasa Gosend dalam aplikasi gojek. Faktor yang akan diuji diantaranya adalah faktor kepercayaan, faktor persepsi risiko dan pengalaman. Jangka waktu penelitian ini berlangsung sejak awal april hingga akhir juli 2018.

3.2. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ilmiah ini adalah kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada paradigma positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2012) Tujuan penggunaan metode kuantitatif adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (x) dan variabel dependen (y).

Menurut Hair, et. al. dalam Rila (2015) yang dikutip dari jurnal Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan terhadap niat menggunakan dan penggunaan aktual layanan jejaring sosial berbasis lokasi. Penelitian kuantitatif umumnya terkait dengan survei atau percobaan dan dianggap sebagai andalan industri penelitian untuk mengumpulkan data pemasaran. Penelitian kuantitatif penekanannya berat pada menggunakan pertanyaan formal dan pilihan respon yang telah ditentukan dalam kuesioner, diberikan kepada responden dalam jumlah yang besar.

Penelitian ini menjelaskan dan menggambarkan hubungan sebab akibat dari variabel independen (X) yaitu aspek *kepercayaan, persepsi risiko dan pengalaman* pada variabel dependen (Y) yaitu *niat penggunaan jasa*.

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa Gosend dari aplikasi Gojek. Teknik penarikan sampel dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* yaitu dimana menurut Sugiyono (2015) yakni teknik pengambilan sampel populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria pengambilan sampel penelitian adalah konsumen yang memiliki aplikasi gojek dan menggunakan fitur Gosend dalam 6 bulan terakhir.

Tidak semua data dan informasi akan diproses dan tidak semua orang dan benda akan diteliti melainkan cukup dengan menggunakan sampel yang mewakilinya. Penentuan jumlah sampel didasarkan atas teori menurut Roscoe dalam Sugiyono (2010) memberikan *rule of thumbs* mengenai sampel size adalah sebagai berikut

Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2010) , cara menentukan jumlah sampel dalam penelitian yaitu:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 orang.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri swasta, dan lain-lain), maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30 orang.

- c. Bila didalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai 20.

Dalam penelitian ini jumlah variabelnya adalah 4 (empat), yang terdiri dari 3 (tiga) variabel bebas (X), yaitu *kepercayaan, persepsi risiko dan pengalaman* serta 1 (satu) variabel terikat yakni *niat penggunaan jasa*. Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan adalah $50 \times 4 \text{ variabel} = 200 \text{ sampel}$.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipilih oleh peneliti adalah pengumpulan data melalui kuesioner. Kuesioner atau daftar pertanyaan, adalah seperangkat pertanyaan tertulis yang telah disusun oleh peneliti yang berisikan pertanyaan tentang variabel-variabel yang diteliti, guna mendapatkan jenis data primer yang berasal dari sampel penelitian.

Sumber data yang dikemukakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer merupakan data yang diperoleh dari responden secara langsung di lokasi penelitian. Berdasarkan masalah dalam penelitian ini, data diperoleh langsung dari responden dengan memberikan kuesioner *online* yang berisi pernyataan-pernyataan tentang variabel-variabel yang diteliti.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala likert untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang tercantum pada kuesioner. Skala likert yang dipilih oleh peneliti adalah 6 skala likert agar dapat mengklasifikasikan jawaban secara jelas antara pilihan setuju dan tidak setuju. Batasan jawaban tersebut sangat dibutuhkan untuk menyimpulkan hasil penelitian. Berikut tabel skala likert yang digunakan :

Tabel III.1

Tabel Skala Likert

Pilihan Jawaban	Bobot Skor
Sangat setuju	6
Setuju	5
Agak Setuju	4
Agak Tidak Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Data diolah peneliti

Agar penelitian ini lebih terarah, dibutuhkan batasan dan bahasan yang akan dijadikan sebagai materi kuesioner. Materi kuesioner didapat dari indikator yang dikemukakan oleh para ahli pada literatur terdahulu. Berikut tabel operasional variabel yang digunakan peneliti :

Tabel III.2
Tabel Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Kisi - Kisi	No.	Pernyataan	Sumber
Kepercayaan Konsumen	Persepsi Integritas	1. Perusahaan / Karyawan berkata jujur	1	Pengemudi Gojek dalam fitur Gosend berkata jujur	(Jasfar,2009 ; Fian,2016)
			2	Pengemudi Gojek dalam fitur Gosend memberi tagihan sesuai aplikasi.	
			3	Tarif pada Gosend sesuai dengan jarak yang ditempuh	
			4	Gosend menyampaikan seluruh barang yang dikirim (tidak ada yang tertinggal)	
		2. Perusahaan/ karyawan menepati janji	5	Gosend bertanggungjawab atas kerusakan atau kehilangan barang yang dikirim.	
			6	Gosend mengirimkan paket sesuai dengan alamat	
		3. Karyawan berperilaku sesuai etika	7	Pengemudi Gojek dalam fitur Gosend Ramah dan sopan.	
	Persepsi Kebajikan	1. Perusahaan bersedia melayani kepentingan konsumen	8	Pengemudi Gojek dalam fitur Gosend memperlakukan konsumen dengan baik.	
			9	Pengemudi Gojek dalam fitur Gosend bersedia mengikuti arahan atau permintaan konsumen.	
	Persepsi Kompetensi	1. Kemampuan perusahaan memenuhi segala keperluan konsumen	10	Gosend memiliki reputasi yang baik dalam pengiriman barang.	
		2. Kemampuan perusahaan memecahkan masalah yang dihadapi konsumen	11	Gosend tetap mampu mengirimkan barang meskipun data alamat kurang lengkap.	

	Fianancial Risk	1. Nilai sebuah uang yang dapat hilang dalam sebuah transaksi	12	Gosend menghilangkan/ Merusak barang yang dikirim.	Forsythe et al (2006), javadi at al (2012)
		2. Informasi kartu kredit pribadi konsumen memberikan kekhawatiran akan keamanannya	13	Penggunaan Gosend memicu pembobolan akun gopay	
		3. Transaksi online dapat menjual barang/jasa dengan harga yang lebih mahal	14	Tarif Gosend tidak bersaing (mahal)	
	Product Risk	1. produk yang diterima tidak sesuai harapan	15	Barang yang dikirim menggunakan Gosend kondisinya jadi rusak	
		2. Munculnya kesulitan untuk menilai kualitas yang ada pada internet/aplikasi	16	Gosend tidak memiliki sistem penilaian layanan	
		3. produk/layanan yang dibeli tidak dapat diperiksa kualitasnya.	17	Pengiriman melalui Gosend tidak dapat di cek statusnya (<i>tracking</i>)	
	Time Risk	1. Konsumen sulit menemukan online shope/layanan yang terpercaya	18	Gosend datang menjemput dan mengirimkan barang sesuai dengan estimasi waktu pada aplikasi	
		2. Konsumen tidak dapat menunggu jangka waktu pengiriman produk	19	Gosend mengirimkan barang sesuai estimasi pada aplikasi	
		3. Konsumen sulit menempatkan pesanannya.	20	Gosend bersedia membawa barang dengan aman (mengikat barang jika besar)	
		4. Konsumen sulit berkomunikasi dengan pihak online shop	21	Pengemudi Gosend mudah dihubungi	
	Delivery Risk	1. Konsumen mungkin tidak menerima produk	22	Pengiriman melalui Gosend, barang tidak sampai pada tujuan	

		2. pengiriman dapat menuju tempat yang salah	23	Pengiriman barang melalui Gosend salah alamat	
		3. Proses pengiriman dapat tidak sesuai dengan waktu yang ditentukan.	24	Gosend mengirimkan barang lebih lama dari estimasi waktu pada aplikasi	
Pengalaman Konsumen	Experience in product	1. Kemampuan perusahaan memberikan Pengalaman konsumen merasakan produk atau jasa	25	Gosend memberikan pengalaman yang baik dalam pengiriman barnag	Robinnete and Brand (2008)
	Experience in environment	2. Kemampuan perusahaan memberikan Pengalaman keseluruhan kepada konsumen	26	Gosend memberikan ringkasan perjalanan pengiriman barnag dalam aplikasi	
	Experience in Loyalty Communication	3. Kemampuan perusahaan menyenangkan konsumen	27	Gosend memberikan reward pada konsumen setia	
	Experience in customer service and social exchange	4. kemampuan perusahaan melalui karyawan berkomunikasi yang baik dengan konsumen	28	Pengemudi Gosend berkomunikasi dengan baik	
	Experience in events	5. Event atau momment yang diberikan perusahaan mampu memberikan pengalaman pada konsumen.	29	Gosend memberikan diskon pada momen-momen tertentu	
Niat Beli	Ketertarikan mencari informasi yang lebih tentang produk;	konsumen memiliki keingin tahuan terkait informasi jasa / produk	30	Saya tertarik mencari informasi lebih terkait aplikasi Gosend	Schiffman dan kanuk (2008)
	Mempertimbangan untuk membeli;	Pelanggan memutuskan membeli karena sesuai dengan selera	31	Saya menggunakan jasa Gosend karena pengiriman barang praktis dan cepat	

	Kesesuaian dengan kemampuan finansial masyarakat	32	Saya ingin menggunakan Gosend karena Tarif nya yang terjangkau.
	Kesesuaian variasi fitur dengan keinginan konsumen	33	Saya merasa terbantu dengan adanya fitur Gosend instan dan Gosend sameday
	Kenyamanan layanan	34	Saya merasa nyaman melakukan pengiriman barang menggunakan Gosend
Keinginan untuk mengetahui produk;		35	Saya Ingin mengetahui informasi tentang diskon, tarif dan jenis baru Gosend
Ketertarikan untuk mencoba produk;		36	Saya ingin mencoba menggunakan jasa Gosend untuk mengirim barang / dokumen
Keinginan untuk memiliki produk	Konsumen memiliki keinginan untuk membeli/menggunakan layanan	37	Saya ingin menggunakan jasa Gosend

Sumber : *Data diolah oleh peneliti*

3.6. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

Uji instrument ini dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada 30 responden.

a) Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui apakah suatu instrumen alat ukur telah menjalankan fungsi ukurnya. Sekaran dalam wijaya mengatakan bahwa validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu skala pengukuran ini disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya

dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur (Wijaya, 2011)

Sebuah instrumen akan dikatakan valid jika dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya suatu instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Alat untuk mengukur validitas adalah Korelasi Product Moment dari Pearson:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Berikut keteanan symbol dalam rumus dimana:

r hasil = koefisien korelasi

$\sum X_i$ = jumlah skor item

$\sum Y_i$ = jumlah skort total (seluruh item)

n = jumlah responden

Jika instrumen itu valid, maka kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya (r) menurut Ridwan dan Kuncoro (2013) sebagai berikut.

Tabel III.3
Indeks Validitas

0,800 – 1,000	Sangat Tinggi
0,600 – 0,799	Tinggi
0,400 – 0,599	Cukup Tinggi
0,200 – 0,399	Rendah
0,000 – 0,199	Sangat Rendah (Tidak Valid)

Sumber: Riduwan dan Kuncoro (2013)

Berikut adalah langkah-langkah dalam menguji validitas:

1. Menentukan nilai r_{table}

Dari table r, untuk $df = n - 2$, $df = 37 - 2 = 35$, $n =$ jumlah kuesioner yang akan di uji, dengan tingkat signifikan 5%, maka terdapat angka 0,165.

Uji ini dilakukan dengan SPSS 16.0

2. Mencari nilai r hasil

Nilai r hasil untuk tiap item variabel bisa dilihat pada kolom.

Corrected item – Total Correlation

3. Mengambil kesimpulan

Jika r_{hasil} positif, serta $r_{hasil} > r_{table}$ maka valid.

Jika r_{hasil} tidak positif, serta $r_{hasil} > r_{table}$ maka tidak valid.

Pada tahap uji coba kuesioner, terdapat satu item pertanyaan yang mengalami drop dikarenakan r hitung nya lebih kecil dari r tabel.

Tabel III.4

Uji Coba Validitas Kepercayaan (X₁)

No. Butir	r hitung	r tabel	Kesimpulan
1	0,577	0,361	Valid
2	0,509	0,361	Valid
3	0,544	0,361	Valid
4	0,543	0,361	Valid
5	0,205	0,361	Drop
6	0,624	0,361	Valid
7	0,492	0,361	Valid
8	0,418	0,361	Valid
9	0,538	0,361	Valid
10	0,404	0,361	Valid
11	0,524	0,361	Valid

Sumber : data diolah peneliti

Tabel III.5

Uji Coba Validitas Persepsi Risiko (X₂)

No. Butir	r hitung	r tabel	Kesimpulan
1	0,681	0,361	Valid
2	0,480	0,361	Valid
3	0,610	0,361	Valid
4	0,629	0,361	Valid
5	0,538	0,361	Valid
6	0,448	0,361	Valid
7	0,330	0,361	Drop
8	0,433	0,361	Valid
9	0,497	0,361	Valid
10	0,586	0,361	Valid
11	0,603	0,361	Valid
12	0,539	0,361	Valid
13	0,383	0,361	Valid

Sumber : data diolah peneliti

Pada tabel III.4 dan III.5 di atas menunjukkan hasil dari uji validitas yang telah dilakukan terhadap variabel kepercayaan dan persepsi risiko, dapat diambil kesimpulan bahwa ada satu item pada masing masing variabel yang akan dikeluarkan atau diperbaiki dalam uji final, dalam kasus ini peneliti tidak akan mengikutsertakan item yang drop. Sedangkan item-item lainnya, berkorelasi signifikan sehingga tetap akan digunakan untuk uji final.

Tabel III.6

Uji Coba Validitas Pengalaman (X_3)

No. Butir	rhitung	rtabel	Kesimpulan
1	0,698	0,361	Valid
2	0,672	0,361	Valid
3	0,670	0,361	Valid
4	0,594	0,361	Valid
5	0,695	0,361	Valid

Sumber : data diolah peneliti

Tabel di atas menunjukkan hasil dari uji coba validitas yang telah dilakukan terhadap variabel pengalaman dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dinyatakan valid karena r hitung $>$ r tabel dan item-item tersebut berkorelasi signifikan sehingga item dalam kuesioner tidak perlu dikeluarkan atau diperbaiki.

Tabel III.7

Uji Coba Validitas Niat (Y)

No. Butir	rhitung	rtabel	Kesimpulan
1	0,782	0,3246	valid
2	0,377	0,3246	valid
3	0,550	0,3246	valid

4	0,246	0,3246	drop
5	0,728	0,3246	valid
6	0,6298	0,3246	valid
7	0,6732	0,3246	valid
8	0,4723	0,3246	valid

Sumber : data diolah peneliti

Pada tabel diatas, menunjukkan hasil dari uji coba validitas yang telah di lakukan terhadap variabel niat, dapat diambil kesimpulan bahwa ada satu item pada variabel niat yang akan dikeluarkan atau diperbaiki dalam uji final, dalam kasus ini peneliti tidak akan mengikutsertakan item yang drop.

b) Uji Reliabilitas

Suatu angket dikatakan *reliable* (andal) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk menghitung validitas alat ukur digunakan rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut.

$$r_b = \frac{n(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \cdot \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Harga r_b ini baru menunjukkan reliabilitas setengah tes. Oleh karenanya disebut $r_{\text{awal-akhir}}$. Untuk mencari reliabilitas seluruh tes digunakan rumus Spermans Brown, yakni:

$$r_{ii} = \frac{1+r_b}{1+r_b}$$

Untuk mengetahui koefisien korelasinya signifikan atau tidak digunakan distribusi (table r) untuk $\alpha = 0,05$ atau $\alpha = 0,01$ dengan derajat kebebasan $(dk - n-2)$. Kemudian membuat keputusan membandingkan r_{ii} dengan r_{table} .

Pada penelitian ini, teknik uji reliabilitas yang digunakan adalah Cronbach's Alpha. Dimana suatu kuesioner dianggap *reliable* Cronbach's Alpha $> 0,6$. (Santosa dan Anshari, 2005)

2. Metode Analisis

Untuk memecahkan permasalahan pokok yang dihadapi oleh perusahaan, maka digunakan metode analisis sebagai berikut:

- a. **Analisis deskriptif** adalah suatu analisis yang menguraikan tanggapan responden mengenai aspek konsumen terhadap niat pembelian ulang dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang menjadi sampel dalam penelitian ini.
- b. **Analisis Regresi Linear Berganda** yaitu suatu analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas (kepercayaan, persepsi risiko, dan pengalaman) terhadap variabel terikat (niat membeli ulang) dengan perhitungan persamaan regresi linear berganda yaitu:

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Niat Penggunaan jasa

b_0 = Nilai constan/reciprocel

X_1 = Kepercayaan

X_2 = Persepsi Risiko

X_3 = Pengalaman

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien regresi,

e = Standar error

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum melakukan analisis regresi, agar didapat perkiraan yang tidak bias dan efisiensi. Asumsi klasik yang harus dipenuhi yaitu :

- a) Uji Normalitas adalah untuk mengetahui distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan *kolmogrov smimov*. Dengan menggunakan tingkat signifikan 5% maka nilai *Asymp.sig.(2-tailed)* di atas nilai signifikan 5% artinya variabel residual berdistribusi normal.
- b) Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for*

Linearity dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.

- c) Uji Multikolineritas artinya variabel independen yang satu dengan yang lain dalam model regresi berganda tidak saling berhubungan secara sempurna. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolineritas dapat dilihat dari besarnya *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)* melalui program SPSS versi 17.
- d) Uji Heteroskedastisitas adalah konstanta untuk setiap nilai tertentu variabel independen (homokedastisitas). Model regresi yang baik adalah tidak terjalin heterokedastisitas. Heterokedastisitas diuji dengan menggunakan grafik *Scatterplot* yang dilihat adalah titik-titik yang menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y.

c. Pengujian Hipotesis

Pembuktian hipotesis tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan uji Parsial (Uji t). Uji parsial adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah bermakna atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} masing-masing variabel bebas dengan nilai t_{tabel} dengan derajat kesalahan 5% dalam arti ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel terikat.