

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah Grab, sedangkan subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan transportasi ojek *online* Grab. Waktu yang digunakan peneliti untuk melaksanakan penelitian ini dimulai dari bulan Januari 2018 hingga Juli 2018. Dalam proses pengumpulan data peneliti fokus pada konsumen yang pernah menggunakan transportasi ojek *online* Grab khususnya Mahasiswa FE Universitas Negeri Jakarta. Alasan peneliti memilih transportasi ojek *online* Grab sebagai objek penelitian karena permasalahan yang terjadi pada Grab tersebut paling sesuai dengan karakteristik variabel yang ingin diteliti lebih dalam dan terjangkau oleh peneliti. Batas-batas penelitian ini adalah:

1. Responden hanya konsumen yang pernah menggunakan transportasi ojek *online* Grab.
2. Responden yang dipilih ialah orang-orang yang telah minimal 2 kali menggunakan ojek *online* Grab.
3. Responden yang mengisi kuesioner adalah responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner lewat media daring.

4. Responden yang mengisi kuesioner adalah mahasiswa FE Universitas Negeri Jakarta.

3.2 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah survei. Dalam penelitian survei, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2015:5), penelitian survei adalah pengumpulan data yang menggunakan instrument kuesioner/wawancara untuk mendapatkan tanggapan dari responden.

Penelitian survei yaitu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual tanpa menyelidiki mengapa gejala-gejala tersebut ada. Penelitian ini berdasarkan tingkat eksplanasinya digolongkan dalam penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat yaitu hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2015:6).

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011:4), penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang didasari oleh ilmu yang valid, ilmu yang terukur, menggunakan logika matematika dan membuat generalisasi atas rerata. Metode ini juga disebut sebagai metode kuantitatif karena data-data penelitian berupa angka-angka. Sugiyono (2015:11) mengatakan metode penelitian kuantitatif dapat

diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.3.1 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen di dalam penelitian ini diartikan sebagai respon konsumen yang dirasakan antara harapan dengan kinerja Grab. Kepuasan konsumen dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 3 indikator dari Consuegra (2011:42) yang meliputi: kesesuaian harapan, persepsi kinerja, dan penilaian pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan menggunakan 10 item pertanyaan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert 6.

3.3.2 Variabel Independen (X)

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari:

a. Kualitas Pelayanan (X₁)

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan dalam penelitian

ini diukur dengan menggunakan 5 indikator dari Parasuraman *et al.* (2016:181), yang meliputi: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert 6. Pengukuran kualitas pelayanan menggunakan 20 item pertanyaan. Penjelasan mengenai dimensi kualitas pelayanan sebagai berikut:

1) *Tangible* (Bukti Fisik)

Mencakup penampilan fasilitas atau elemen-elemen fisik, peralatan, personel, dan material-material komunikasi.

2) *Reliability* (Keandalan)

Kemampuan yang dapat diandalkan, akurat dan konsisten dalam pengerjaan jasa sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen.

3) *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan segera.

4) *Assurance* (Jaminan dan Kepastian)

Mencakup keandalan atau jaminan kompetensi, dapat dipercaya, kejujuran pemberian jasa, pemilikan kecakapan dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengerjakan jasa, dan kredibilitas.

5) *Empathy* (Empati)

Empati mencakup upaya-upaya imajinatif untuk mengenali kebutuhan pelanggan.

b. Harga (X₂)

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2016:439) adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel harga adalah: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat (Stanton,2016). Pengukuran persepsi harga menggunakan 8 item pertanyaan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert 6.

c. Citra Merek (X₃)

Kotler dan Keller (2016:288) menyatakan bahwa citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti yang tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam ingatan konsumen. Variabel citra dalam penelitian ini diukur melalui 4 indikator dari Hoeffler dan Keller (2003:249), yang meliputi: Kesan Profesional, kesan modern, melayani semua segment, dan perhatian kepada

konsumen. Pengukuran citra menggunakan 10 item pertanyaan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert 6.

Tabel III.1
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Ukur
Kualitas Pelayanan (X₁)	Kualitas Pelayanan adalah ukuran sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan konsumen.	<i>Tangibles</i> /Bukti Fisik	Skala <i>Likert</i>
		<i>Reliability</i> /Keandalan	Skala <i>Likert</i>
		<i>Responsiveness</i> /Ketanggapan	Skala <i>Likert</i>
		<i>Assurance</i> /Jaminan	Skala <i>Likert</i>
		<i>Empathy</i> /Empati	Skala <i>Likert</i>
Harga (X₂)	Sejumlah dari nilai yang ditukarkan untuk memperoleh layanan jasa Grab.	Kesesuaian harga dengan kualitasnya.	Skala <i>Likert</i>
		Keterjangkauan harga dengan daya beli konsumen.	Skala <i>Likert</i>
		Harga yang ditawarkan lebih rendah dari pada harga pesaing.	Skala <i>Likert</i>
Citra Merek (X₃)	Persepsi pengguna Grab terhadap informasi dan pengalaman yang memberikan nilai bagi	Reputasi yang baik	Skala <i>Likert</i>
		Teknologi Grab sangat modern	Skala <i>Likert</i>
		Selalu diingat sebagai	Skala

	konsumen Grab.	transportasi <i>online</i>	<i>Likert</i>
		Mudah dikenali aplikasinya.	Skala <i>Likert</i>
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan dan kenyamanan konsumen dalam menggunakan layanan jasa transportasi <i>online</i> Grab.	Keinginan konsumen untuk tetap menggunakan jasa Grab	Skala <i>Likert</i>
		Keinginan konsumen untuk merekomendasikan kepada orang lain.	Skala <i>Likert</i>
		Puas atas kualitas pelayanan yang diberikan.	Skala <i>Likert</i>

Sumber: Data diolah Peneliti (2018)

3.4 Populasi dan Sample

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:55). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa pengguna transportasi ojek *online* Grab di Universitas Negeri Jakarta pada bulan Januari 2018 hingga Juli 2018.

3.4.2 Sample

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin

mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan data, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut, kesimpulan yang dipelajari dari sampel tersebut akan dapat diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2015:116). Teknik pengambilan sampel yang peneliti gunakan adalah teknik *non-probability sampling*. Menurut Malhotra (2012:376), *nonprobability sampling is a sampling techniques that do not use chance selection procedures. Rather, they rely on the personal judgment of the researcher*, artinya *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak menggunakan prosedur seleksi kesempatan. Sebaliknya, mereka bergantung pada penilaian pribadi peneliti.

Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Sekaran (2007:276), adalah peneliti memperoleh informasi dari mereka yang paling siap dan memenuhi beberapa kriteria yang dibutuhkan sehingga dapat memberikan informasi yang diinginkan.

Teori Roscoe yang dikutip Sekaran (2007:160), memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel:

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
2. Jika sampel dipecah ke dalam subsampel (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.
3. Dalam penelitian *multivariate* (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10 kali lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian.

4. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eskperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20.

Berdasarkan pada teori Roscoe tersebut lebih tepatnya mengacu pada teori Roscoe nomor satu, maka peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 200 orang responden, karena angka 200 sudah cukup untuk menjadi sampel penelitian ini dan telah memenuhi syarat jumlah sampel pada analisis regresi berganda. Oleh karena teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*, maka pada kuesioner peneliti menanyakan terlebih dahulu apakah responden pengguna transportasi *online* Grab. Peneliti juga menentukan beberapa kriteria untuk dipilih menjadi sampel, diantaranya:

1. Pengguna transportasi *online* Grab minimal 2 kali
2. Pria dan wanita minimal usai 18 tahun
3. Mahasiswa FE Universitas Negeri Jakarta

Tabel III.2

Tabel Jumlah Review Penelitian yang Relevan

No.	Penulis	Lokasi	Teknik Pengambilan Responden	Jumlah Responden	Teknik analisis data
1	Rizal Wahyu Kusuma (2015)	Indonesia	<i>Accidental sampling</i>	200 Responden	<i>Analisis Regresi Berganda</i>

2	Methan Ahmad Sallam (2016)	Saudi Arabia	<i>Non-probability sampling</i>	200 Responden	<i>Analisis Regresi Linier berganda</i>
3	Moch Ghozali (2014)	Indonesia	<i>Linier Berganda</i>	200 Responden	<i>SPSS 20</i>
4	Ahmad Sulthan Kholilullah (2017)	Indonesia	<i>Accidental sampling</i>	100 responden	<i>Analisis Regresi Linier berganda SPSS 23</i>
5	Novi Wahyu (2016)	Indonesia	<i>Random sampling</i>	100 Responden	<i>Analisis Regresi Linier berganda</i>
6	A Mesaala (2018)	India	<i>Convenience sampling</i>	200 Responden	<i>Structural Equation Modeling (SEM) AMOS</i>
7	Ahmad Sulthan Kholilullah (2017)	Indonesia	<i>Accidental sampling</i>	100 responden	<i>Analisis Regresi Linier berganda</i>

Sumber :Data diolah peneliti (2018)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Studi Pustaka (*Library Research*)

Penulis menggunakan data-data yang bersumber dari buku, artikel, jurnal dan internet serta menggunakan teori yang berkaitan dengan penelitian masalah yang telah dipilih oleh penulis “pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra merek terhadap kepuasan konsumen”. Berdasarkan teori tersebut penulis juga mencoba menyelesaikan masalah yang penulis angkat serta sebagai acuan.

3.5.2 Metode Kuesioner (*Questionnaire*)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer. Data primer menurut Hidayat (2011:73) adalah data yang dilakukan atau berasal dari pihak pertama. Biasanya berupa angket, wawancara, pendapat, dan lain-lain. Penelitian ini menggunakan metode teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2015:199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawabnya. Responden adalah orang yang akan diteliti (sampel). Kuesioner yang berupa pertanyaan disebarakan kepada responden sesuai dengan permasalahan yang diteliti untuk memperoleh data yang berupa pernyataan responden. Mekanisme pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner secara *online* (melalui *Google Formulir*) kepada para responden.

3.6 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan alat bantu berupa kuesioner dari jawaban-jawaban para responden diukur dengan menggunakan skala likert. Menurut Malhotra (2012:308), skala Likert adalah pengukuran dengan enam kategori respon mulai dari "sangat tidak setuju" sampai "sangat setuju" yang mengharuskan responden untuk menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan dengan masing-masing dari serangkaian pernyataan yang

berhubungan dengan objek stimulus. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur akan dijelaskan ke dalam beberapa indikator pada setiap variabelnya, sebagai titik ukur untuk menyusun item item instrument lalu jawaban terbut diberi skor.

Tabel III. 1

Skala Likert 6

Kategori	Skala
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Sedikit Tidak Setuju	3
Sedikit Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Sumber: Malhotra (2012:308)

3.7 Alat Analisis Data

Peneliti menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara keempat variabel yang akan diteliti. Oleh karena pada penelitian ini terdapat tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, maka peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product and Services Solution*) *for windows* versi 18 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian.

3.8 Teknis Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk mengetahui sah atau valid dari pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dihilangkan atau diganti karena dianggap tidak relevan. Menurut Malhotra (2012:288), *Validity of a scale may be defined as the extent to which differences in observed scale scores reflect true differences among objects on the characteristic being measured, rather than systematic or random error*, artinya skala validitas dapat didefinisikan sebagai sejauh mana perbedaan skor skala yang diamati mencerminkan perbedaan sejati antara objek-objek pada karakteristik yang sedang diukur, daripada error sistematis atau acak.

Uji Validitas adalah derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2015:267). Suatu skala atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS 18 untuk menentukan membandingkan nilai r hitung (*correlated item total correlations*) dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Berikut kriteria penilaian Uji Validitas dibagi menjadi 2:

1. Pebandingan nilai r hitung dengan r tabel

- 1) Jika $r \text{ hitung} > r \text{ table} = \text{valid}$
- 2) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ table} = \text{tidak valid}$

2. Melihat nilai Signifikansi (sig.)

- 1) Jika nilai Signifikansi $< 0.05 = \text{valid}$
- 2) Jika nilai Signifikansi $> 0.05 = \text{tidak valid}$

Sebelum melakukan uji validitas hal pertama yang harus diperhatikan adalah menguji nilai KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*), tujuannya adalah untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sudah layak untuk menguji ketepatan faktor analisis. *KMO is a measure of sampling adequacy is an index used to examine the appropriateness of factor analysis. High values (between 0,50 and 1,00) indicate factor analysis is appropriate. Values below 0,50 imply that factor analysis may not be appropriate.*(Malhotra, 2012:638), arti dari definisi tersebut yaitu, KMO adalah jumlah sampel yang layak dikatakan cukup untuk menguji ketepatan analisis faktor. Nilai yang tinggi (antara 0,50 dan 1,00) mengindikasikan analisis faktor sudah tepat. Nilai di bawah 0,50 mengindikasikan analisis faktor tidak tepat.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji setiap pernyataan pada kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika pengukuran tersebut diulang dan stabil dari waktu ke waktu.

Pengujian reliabilitas menggunakan teknik *cronbach's alpha* (α) yang menyatakan sebuah kuesioner reliabel jika memiliki nilai alpha di atas 0,6.

Berikut penilaian kriteria uji reliabilitas adalah:

1. Apabila $\alpha > r$ tabel = reliabel/ konsisten
2. Apabila $\alpha < r$ tabel = tidak reliabel/tidak konsisten

3.8.2 Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Menurut Priyatno (2010:71), uji normalitas digunakan untuk mengetahui hasil belajar dari kelompok eksperimen dan kelompok kontrol apakah berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Uji normalitas melakukan uji *one sample Kolmogrov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 5%. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0.05.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dimaksudkan untuk menguji linear tidaknya data yang dianalisis. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test*

for linearity dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05 atau 5%.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Menurut Priyatno (2010:44), uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas model, yaitu adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Pada penelitian ini, untuk menghindari asumsi klasik multikolinearitas, akan menggunakan metode *tolerance* dan *value inflation factor* (VIF) pada model regresi.

Brikut penilaian kriteria dari uji Multikoinearitas adalah:

1. Jika nilai *tolerance* lebih besar dari > 0.10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai VIF lebih kecil dari < 10.00 maka tidak terjadi Multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang

lain. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Brikut penilaian kriteria dari uji Heteroskedastisitas adalah:

- 1) Jika Signifikansi > 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- 2) Jika Signifikansi < 0.05 maka terjadi heteroskedastisitas

3.8.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adakah hubungan atau korelasi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

1). Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Brikut penilaian kriteria dari uji t adalah:

- a. Apabila probabilitas signifikan kurang dari 5%, maka hipotesis alternatif diterima.
- b. Apabila probabilitas signifikan lebih dari 5%, maka hipotesis alternatif ditolak.

2). Koefisien Determinasi

Menurut Raharjo (2018), makna koefisien determinasi dalam analisis regresi linier berganda adalah untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel independen (X) secara simultan

(bersama-sama) terhadap variabel dependen (Y), dimana koefisien determinasi (*R square*) atau sering disimbolkan R^2 dimaknai sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien detrminasi (*R square*) dapat dipakai untuk mmprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan syarat hasil uji F dalam analisi regresi bernilai signifikan. Sebaliknya jika uji F tidak signifikan maka nilai koefisien determinasi R^2 ini tidak dapat digunakan untuk memprediksi kontribusi pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y). Pada SPSS nilai signifikansi uji F dilihat pada aoutput anova, sementara untuk nilai determinasi dilihat pada output model summary (Raharjo, 2017).

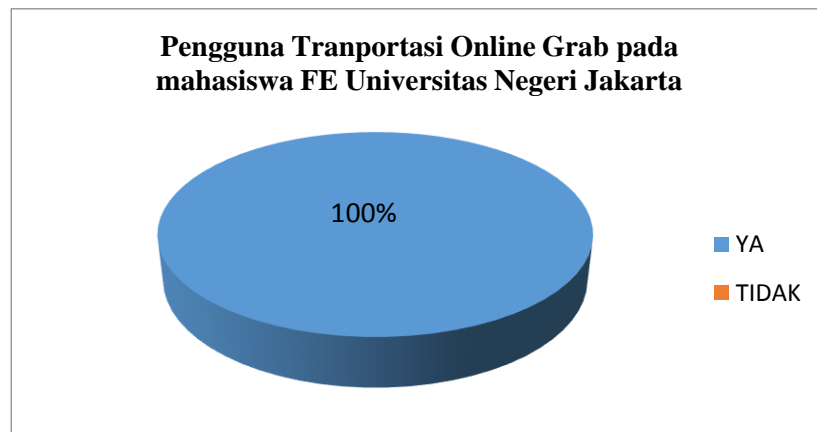
3.9 Pilot Study

Sebelum melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu melakukan *pilot study* dengan memberikan 30 kuesioner kepada konsumen pengguna transportasi ojek online Grab yaitu Mahasiswa FE Universitas Negeri Jakarta. *Pilot study* merupakan sebuah versi kecil dari sebuah penelitian atau suatu percobaan (*trial run*) yang dilaksanakan sebagai persiapan bagi studi yang lebih besar. Dari hasil *pilot study* yang telah dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

3.9.1 Gambaran Umum Responden

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa FE Universitas Negeri Jakarta yang menggunakan jasa transportasi ojek *online* Grab, minimal 2 kali.

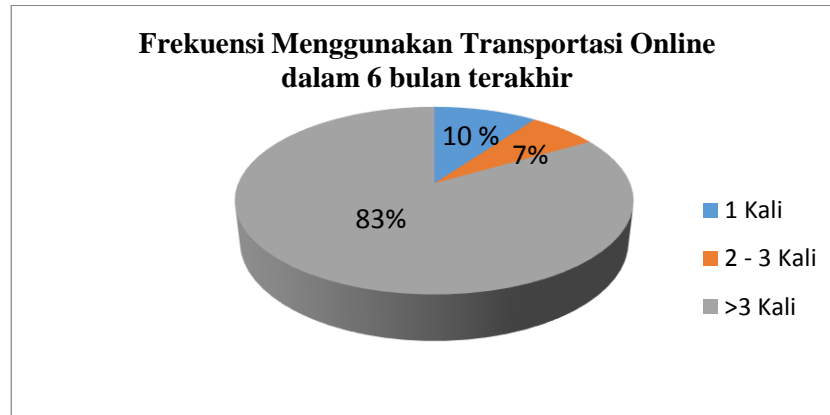
Terdapat karakteristik responden yang dimasukkan dalam penelitian yaitu pengguna transportasi *online* Grab, frekuensi menggunakan ojek *online* dalam 6 bulan terakhir, berdasarkan jenis kelamin, dan jenjang pendidikan, dapat dilihat pada table-tabel berikut ini:



Gambar III.1

Pengguna Transportasi *Online* Grab

Berdasarkan Gambar III.1 diatas, dengan pertanyaan apakah Anda pengguna transportasi online Grab? Dari 30 responden menjawab Ya (100%). Responden berdasarkan Frekuensi penggunaan transportasi *online* Grab dalam waktu 6 bulan terakhir. Dapat dilihat pada table III.2 berikut ini:



Gambar III.2

**Frekuensi Menggunakan Transportasi *Online* Grab dalam 6 bulan
Terakhir**

Tabel III.4

**Frekuensi Menggunakan Transportasi *Online* dalam Waktu 6
Bulan Terakhir**

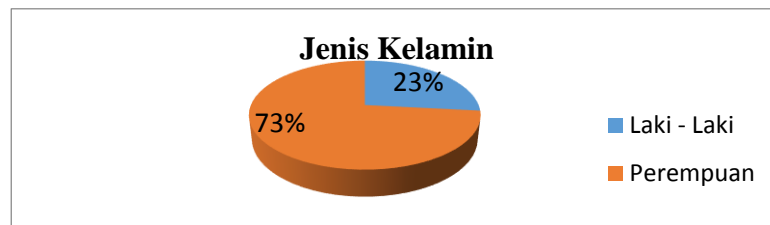
Frekuensi	Frekuensi	Persen
1 Kali	3	10%
2 – 3 Kali	2	7%
>3 Kali	25	83%
Total	30	100%

Sumber: data diolah peneliti(2018)

Berdasarkan hasil pra survei yang ditunjukkan pada table III.4 dapat diketahui bahwadari 30 responden, dalam hal menggunakan transportasi *online* dengan jangka waktu 6 bulan terakhir terlihat 3 responden menyatakan 1 kali menggunakan transportasi *online*Grab

(10%), 2 responden menyatakan 2-3 kali menggunakan transportasi *online* Grab (7%), dan yang terakhir sebanyak 25 responden menyatakan >3 kali menggunakan transportasi *online* Grab (83%).

1) Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.



Gambar III.3

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: data diolah peneliti (2018)

Responden berdasarkan jenis kelamin dapat dikelompokkan atas laki-laki dan perempuan. Dapat dilihat pada table III.5 berikut ini:

Tabel III.5

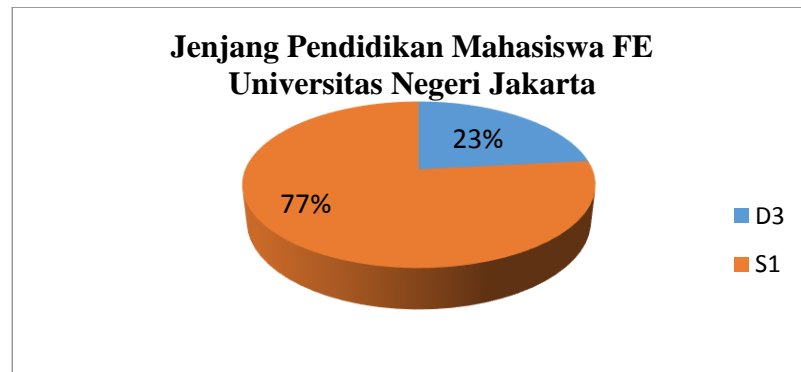
Tabel Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen
Laki-laki	8	27%
Perempuan	22	73%
Total	30	100%

Data diolah peneliti, 2018

Berdasarkan hasil pra survei yang ditunjukkan pada table III.5 dapat diketahui bahwadari 30 responden, terlihat 8 responden berjenis

kelamin laki-laki (27%) dan 22 responden berjenis kelamin perempuan (73%). Dari data tersebut terlihat bahwa pengguna transportasi *online* Grab didominasi oleh perempuan.



Gambar III.4

Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Sumber: data diolah peneliti (2018)

Responden berdasarkan jenjang pendidikan dapat dikelompokkan atas D3 dan S1. Dapat dilihat pada table III.6 berikut ini:

Tabel III.6

Jenjang Pendidikan

Jenjang Pendidikan	Frekuensi	Persen
D3	7	23%
S1	23	77%
Total	30	100%

Sumber: data diolah peneliti, 2018

Dari Tabel III.6 diatas dapat disimpulkan bahwa dari 30 responden, sebagian besar (77%) dengan jenjang pendidikan S1 yaitu sebanyak 23 responden.

3.9.2 Uji Instrumen Validitas

1. Kualitas Pelayanan

Tabel III.7

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.380
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	423.026
	Df	190
	Sig.	.000

Sumber: data diolah peneliti, 2018

Nilai yang tinggi (antara 0,50 dan 1,00) mengindikasikan analisis faktor sudah tepat. Nilai di bawah 0,50 mengindikasikan analisis faktor tidak tepat (Malhotra, 2012) Hasil KMO variabel kualitas pelayanan mencapai >0.5 yaitu sebesar 0.380. Hal tersebut berarti analisis faktor sudah tepat.

Tabel III.8

Uji Validitas r hitung dengan r tabel(X1)

No Item	r hitung	r tabel 5% (n=30)	Sig	Kriteria
KP_1	0,535	0,361	0,002	Valid
KP_2	0,381	0,361	0,087	Valid

KP_3	0,492	0,361	0,006	Valid
KP_4	0,678	0,361	0,000	Valid
KP_5	0,434	0,361	0,016	Valid
KP_6	0,326	0,361	0,079	Valid
KP_7	0,494	0,361	0,005	Valid
KP_8	0,638	0,361	0,000	Valid
KP_9	0,587	0,361	0,001	Valid
KP_10	0,729	0,361	0,000	Valid
KP_11	0,694	0,361	0,000	Valid
KP_12	0,610	0,361	0,000	Valid
KP_13	0,481	0,361	0,007	Valid
KP_14	0,526	0,361	0,003	Valid
KP_15	0,468	0,361	0,009	Valid
KP_16	0,369	0,361	0,000	Valid
KP_17	0,662	0,361	0,000	Valid
KP_18	0,471	0,361	0,009	Valid
KP_19	0,556	0,361	0,001	Valid

KP_20	0,827	0,361	0,000	Valid
-------	-------	-------	-------	-------

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Dari data tabel III.9 diatas, dari duapuluh pernyataan dapat disimpulkan semua item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X1) dinyatakan valid. Karena nilai r hitung > r tabel, dan nilai Sig < 0,05, yaitu nilai r hitung 0,545 > 0,361 , sedangkan nilai Sig 0,000 < 0,05.

2.Variabel Harga

Tabel III.9

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.773
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	160.642
	Df	28
	Sig.	.000

Sumber: data diolah peneliti, 2018

Nilai yang tinggi (antara 0,50 dan 1,00) mengindikasikan analisis faktor sudah tepat. Nilai di bawah 0,50 mengindikasikan analisis faktor tidak tepat (Malhotra, 2012) Hasil KMO variabel harga mencapai >0,5 yaitu sebesar 0773. Hal tersebut berarti analisis faktor sudah tepat.

Tabel III.10

Uji Validitas r hitung dengan r tabel (X2)

No Item	r hitung	r tabel 5% (n=30)	Sig	Kriteria

H_21	0,788	0,361	0,000	Valid
H_22	0,683	0,361	0,000	Valid
H_23	0,680	0,361	0,000	Valid
H_24	0,773	0,361	0,000	Valid
H_25	0,687	0,361	0,000	Valid
H_26	0,742	0,361	0,000	Valid
H_27	0,857	0,361	0,000	Valid
H_28	0,908	0,361	0,000	Valid

Sumber: data diolah peneliti, 2018

Dari data tabel III.11 diatas , dari delapan pernyataan dapat disimpulkan semua item pernyataan pada variabel harga (X2) dinyatakan valid. Karena nilai r hitung $>$ r tabel, dan nilai Sig $<$ 0,05, yaitu nilai r hitung $0,764 >$ $0,361$, sedangkan nilai Sig $0,000 <$ $0,05$.

3.Citra Merek

Tabel III.11

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.754
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	178.282
	Df
	45
	Sig.
	.000

Nilai yang tinggi (antara 0,50 dan 1,00) mengindikasikan analisis faktor sudah tepat. Nilai di bawah 0,50 mengindikasikan analisis faktor

tidak tepat (Malhotra, 2012) Hasil KMO variabel citra merek mencapai $>0,5$ yaitu sebesar 0,754. Hal tersebut berarti analisis faktor sudah tepat.

Tabel III.12

Uji Validitas r hitung dengan r tabel (X3)

No Item	r hitung	r tabel 5% (n=30)	Sig	Kriteria
CM_29	0,625	0,361	0,000	Valid
CM_30	0,719	0,361	0,000	Valid
CM_31	0,800	0,361	0,000	Valid
CM_32	0,708	0,361	0,000	Valid
CM_33	0,778	0,361	0,000	Valid
CM_34	0,698	0,361	0,000	Valid
CM_35	0,783	0,361	0,000	Valid
CM_36	0,777	0,361	0,000	Valid
CM_37	0,802	0,361	0,000	Valid
CM_38	0,688	0,361	0,000	Valid

Sumber: data diolah peneliti, 2018

Dari data tabel III.13 diatas , dari sepuluh pernyataan dapat disimpulkan semua item pernyataan pada variabel citra merek (X3) dinyatakan valid.

Karena nilai r hitung $>$ r tabel, dan nilai Sig $<$ 0,05, yaitu nilai r hitung 0,738 $>$ 0,361, sedangkan nilai Sig 0,000 $<$ 0,05.

4. Kepuasan Konsumen

Tabel III.13

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.790
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	206.435
	Df	45
	Sig.	.000

Sumber: data diolah peneliti, 2018

Nilai yang tinggi (antara 0,50 dan 1,00) mengindikasikan analisis faktor sudah tepat. Nilai di bawah 0,50 mengindikasikan analisis faktor tidak tepat (Malhotra, 2012) Hasil KMO variabel kepuasan konsumen mencapai $>$ 0,5 yaitu sebesar 0,790. Hal tersebut berarti analisis faktor sudah tepat.

Tabel III.14

Uji Validitas r hitung dengan r tabel (Y)

No Item	r hitung	r tabel 5% (n=30)	Sig	Kriteria
KK_39	0,735	0,361	0,000	Valid
KK_40	0,691	0,361	0,000	Valid
KK_41	0,818	0,361	0,000	Valid
KK_42	0,701	0,361	0,000	Valid
KK_43	0,858	0,361	0,000	Valid

KK_44	0,748	0,361	0,000	Valid
KK_45	0,832	0,361	0,000	Valid
KK_46	0,742	0,361	0,000	Valid
KK_47	0,816	0,361	0,000	Valid
KK_48	0,664	0,361	0,000	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Dari data tabel III.15 diatas , dari sepuluh pernyataan dapat disimpulkan semua item pernyataan pada variabel kepuasan konsumen (Y) dinyatakan valid. Karena nilai r hitung $>$ r tabel, dan nilai Sig $<$ 0,05, yaitu nilai r hitung $0,761 > 0,361$, sedangkan nilai Sig $0,000 < 0,05$.