

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian ini dilakukan di wilayah DKI Jakarta. Peneliti memilih wilayah DKI Jakarta karena DKI Jakarta merupakan kota pertama yang menjadi luncuran ojek *online* pertama kali (Setyani, 2017). Oleh karena itu, peneliti memilih DKI Jakarta sebagai tempat penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen pengguna transportasi *online* Gojek. Penelitian ini akan diadakan pada bulan November 2018 sampai bulan Februari 2019.

#### **B. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2014), dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postivisme*, 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.

Desain penelitian *explanatory* dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal, yaitu peneliti akan melakukan pengujian terhadap hipotesis-hipotesis

dan menguji pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yaitu kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Gojek di DKI Jakarta.

Metode pengumpulan data menggunakan metode survei yaitu dengan penyebaran kuesioner yang telah terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang lebih spesifik.

### **C. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2014), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna transportasi *online* Gojek.

#### **2. Sampel**

Menurut Sugiyono (2014), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2014) definisi *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi sampel.

Metode *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2014) pengertian *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan peneliti menggunakan *purposive sampling* karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang telah ditentukan oleh penulis. Maka, sampel yang dibutuhkan oleh peneliti adalah konsumen yang menggunakan transportasi *online* Gojek dengan rentang usia antara 17-40 tahun dan tinggal di DKI Jakarta.

Ukuran sampel menurut Roscoe dalam Sugiyono (2012) adalah sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (misalnya korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti, misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen) maka jumlah anggota sampel  $10 \times 5 = 50$ .
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi berganda dan terdapat tiga variabel, sampel yang digunakan minimal sebanyak 30 responden per variabel, maka total sampel minimal sebanyak 200 responden.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data melalui data primer dan data sekunder. Menurut Malhotra (2014) data primer adalah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan masalah riset. Pada penelitian ini, data primer merupakan hasil dari penyebaran kuesioner pada sampel yang telah ditentukan oleh peneliti.

Definisi kuesioner menurut Sugiyono (2014) adalah teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat diberikan secara pribadi, disuratkan kepada responden atau disebarkan secara elektronik. Data ini dikumpulkan sendiri oleh peneliti dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung dan *online* kepada responden yang memenuhi kriteria.

#### **E. Operasional Variabel**

Menurut Sugiyono (2014) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik

kesimpulan. Sesuai dengan judul penelitian ini, yaitu “Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi *Online Gojek*”, maka terdapat beberapa variabel dalam penelitian ini yang terdiri dari variabel independen/bebas yaitu Kualitas Layanan ( $X_1$ ) dan Persepsi Harga ( $X_2$ ) dan variabel dependen/terikat yaitu Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

### 1. Variabel Dependen

Definisi variabel dependen menurut Sugiyono (2014) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen/terikat yang akan diteliti adalah Kepuasan Pelanggan.

### 2. Variabel Independen

Definisi variabel independen menurut Sugiyono (2014) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang terjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini, variabel independen/bebas yang akan diteliti adalah Kualitas Layanan dan Persepsi Harga.

Berikut ini merupakan tabel variabel operasional yang akan diteliti dalam penelitian ini:

**Tabel III.3**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Sumber	Dimensi	Indikator
Kualitas Layanan	Parasuraman <i>et al.</i> dalam Tjiptono dan Chandra (2011)	Reliabilitas	1. Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan. 2. Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan. 3. Menyampaikan jasa secara

			<p>benar semenjak pertama kali.</p> <p>4. Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan.</p> <p>5. Menyimpan catatan/dokumen tanpa kesalahan.</p>
		Daya Tanggap	<p>1. Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa.</p> <p>2. Layanan yang segera/cepat bagi pelanggan.</p> <p>3. Kesiapan untuk membantu pelanggan.</p> <p>4. Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan.</p>
		Jaminan	<p>1. Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para pelanggan.</p> <p>2. Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi.</p> <p>3. Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan.</p> <p>4. Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan.</p>
		Empati	<p>1. Memberikan perhatian individual kepada para pelanggan.</p> <p>2. Karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian.</p> <p>3. Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan.</p> <p>4. Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan.</p> <p>5. Waktu beroperasi (jam kantor) yang nyaman.</p>
		Bukti Fisik	<p>1. Peralatan modern.</p> <p>2. Fasilitas yang berdaya tarik visual.</p> <p>3. Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional.</p> <p>4. Materi-materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual.</p>
Persepsi Harga	Tjiptono dalam Mar'ati dan	Jangkauan harga dengan daya beli	1. Saya memperhatikan harga/tarif sebelum melakukan transaksi

	Sudarwanto (2016)	konsumen	Gojek. 2. Harga/tarif Gojek dapat dijangkau oleh pelanggan.
		Daya saing harga dengan layanan sejenis	1. Selisih harga yang ditawarkan cukup menarik. 2. Harga/tarif Gojek dapat bersaing dengan penyedia transportasi layanan ojek <i>online</i> sejenis.
		Kesesuaian harga dengan manfaat yang didapat	1. Harga/tarif Gojek sesuai dengan manfaat yang didapatkan pelanggan. 2. Gojek memiliki manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan harga yang dibayarkan.
		Kesesuaian harga dengan kualitas layanan	1. Harga/tarif Gojek sesuai dengan fasilitas keselamatan yang disediakan untuk pelanggan. 2. Layanan Gojek lebih mahal dibandingkan kompetitor.
Kepuasan Pelanggan	Mardikawati dan Farida dalam Mar'ati dan Sudarwanto (2016)	Kesesuaian layanan dengan yang diharapkan	1. Saya merasa layanan yang diberikan Gojek sesuai dengan apa yang saya harapkan. 2. Penanganan keluhan konsumen dilakukan dengan cepat.
		Kesesuaian layanan dengan harga/tarif yang dibayarkan	1. Saya merasa layanan yang diberikan Gojek sesuai dengan harga/tarif yang saya bayarkan. 2. Harga yang ditawarkan Gojek cukup kompetitif.
		Kepuasan pelanggan akan layanan yang ditawarkan	1. Saya puas dengan layanan yang diberikan oleh Gojek. 2. Saya puas dengan layanan Gojek dibandingkan dengan penyedia layanan transportasi ojek <i>online</i> lain.

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2018

## F. Skala Pengukuran

Adapun pengukuran yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Malhotra (2009) skala likert adalah

skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju” yang mengharuskan responden menentukan persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai objek stimulus.

Peneliti menggunakan lima kategori dalam skala ini, yaitu: 1 untuk “sangat tidak setuju”, 2 untuk “tidak setuju” 3 untuk “biasa saja”, 4 untuk “setuju”, 5 untuk “sangat setuju”.

**Tabel III.4**  
**Skala Likert**

Pilihan Jawaban		Bobot
Sangat tidak setuju	STS	1
Tidak setuju	TS	2
Biasa saja	BS	3
Setuju	S	4
Sangat setuju	SS	5

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2018

## G. Teknik Analisis Data

Tujuan dari analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari data yang sudah terkumpul. Dalam menganalisis data, diperlukan data yang akurat dan dapat dipercaya yang nantinya dapat dipergunakan untuk penelitian yang dilakukan oleh penulis. Teknik analisis data menggunakan model penelitian regresi berganda.

Menurut Riduwan (2012), analisis regresi berganda adalah alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsi atau



kausal antara dua variabel bebas atau lebih dan satu variabel terikat.

Persamaan umum regresi berganda sebagai berikut (Riduwan, 2012):

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

a = Konstanta dari persamaan regresi

$b_1$  = Koefisien regresi dari Kualitas Layanan

$X_1$  = Variabel Kualitas Layanan

$b_2$  = Koefisien regresi dari Persepsi Harga

$X_2$  = Variabel Persepsi Harga

## 1. Analisa Deskriptif

Analisa deskriptif menurut Zikmund *et al.* (2010) adalah transformasi dasar dari data mentah dengan cara menggambarkan karakteristi dasar seperti tendensi sentral, distribusi, dan variabilitas. Tujuan dari analisa deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk menelusuri tanggapan responden tentang kualitas layanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan.

## 2. Uji Instrumen

### a. Uji Validitas

Suatu instrumen dinyatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Sugiyono (2014) menyatakan bahwa instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid

berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas menggunakan *product moment pearson* yang bertujuan untuk mencari kuat atau lemahnya hubungan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan dengan cara ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel, maka dapat dinyatakan data tersebut valid.
- b. Jika nilai r-hitung lebih kecil dari r-tabel, maka dapat dinyatakan data tersebut tidak valid.

**b. Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2014) reliabilitas adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Untuk melihat reliabilitas masing-masing instrumen yang digunakan menggunakan koefisien Cronbach Alpha dengan menggunakan *software* SPSS. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai dari koefisien Cronbach Alpha  $> 0,6$ .

**3. Uji Asumsi Dasar**

**a. Uji Normalitas**

Ghozali (2013) menjelaskan bahwa uji normalitas dilakukan untuk menguji kenormalan distribusi residual. Untuk mengetahui normalitas data dapat menggunakan analisis grafik dan uji statistik. Penelitian ini menggunakan uji satu sampel *Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan

taraf signifikansi 5%. Data dinyatakan normal apabila signifikansi lebih besari dari 0,05.

**b. Uji Linearitas**

Ghozali (2013) menjelaskan bahwa uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Alat ukur pada pengujian ini menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linear jika signifikansi kurang dari 0,05.

**4. Uji Asumsi Klasik**

**a. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas menurut Ghozali (2013) adalah bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas/variabel independen. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Persamaan yang baik adalah tidak terjadi multikolinearitas.

Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (*variance inflation factor*) dan *tolerance*. VIF (*variance inflation factor*) adalah faktor inflasi penyimpangan baku kuadrat. *Tolerance* adalah besarnya tingkat kesalahan yang dibenarkan secara statistik. Menurut Gujarati (2012) suatu model regresi dianggap bebas multikolinearitas apabila mempunyai angka *tolerance* mendekati angka 1 dan batas VIF adalah 10.

## **b. Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas menurut Ghozali (2013) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Alat uji ini menggunakan *Spearman's Rho*, yaitu mengkorelasikan nilai residual (*unstandardized residual*) dengan masing-masing variabel independen. jika signifikansi kurang dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas. Pengujian ini juga dapat dilakukan dengan melihat grafik plot (*scatterplot*) dimana penyebaran titik-titik yang ditimbulkan terbentuk secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu dan arah penyebarannya berada di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi yang dilakukan layak dipakai.

## **5. Uji Hipotesis**

### **a. Uji t**

Hipotesis merupakan pernyataan-pernyataan yang menggambarkan suatu hubungan antar dua variabel yang berkaitan dengan suatu kasus tertentu dan merupakan anggapan sementara yang perlu diuji benar atau tidak benar tentang dugaan dalam suatu penelitian serta memiliki manfaat bagi penelitian agar efektif dan efisien.

Untuk menguji apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen, maka diperlukan uji t. Pengolahan data menggunakan aplikasi *software* SPSS agar pengukuran data lebih akurat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel untuk memutuskan hipotesis mana yang diterima dan mana yang ditolak, jika:

- a.  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  : maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen ( $X_1, X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).
- b.  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  : maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel independen ( $X_1, X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

**b. Uji F**

Menurut Ghozali (2013), uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel dan menggunakan nilai signifikansi, jika.

- a. Nilai signifikan kurang dari 5% atau  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Nilai signifikan lebih besar dari 5% atau  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

## 6. Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Mar'ati dan Sudarwanto, 2016). Pada penelitian ini menggunakan *adjusted R<sup>2</sup>*, karena menurut (Ghozali, 2013) kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat. Nilai *adjusted R<sup>2</sup>* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model tidak seperti  $R^2$ . Kriteria dalam menganalisis koefisien determinasi adalah:

- a. Jika Kd (Koefisien Determinasi) mendekati nol (0), maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen lemah.
- b. Jika Kd (Koefisien Determinasi) mendekati satu (1), maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen kuat.