

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2017: 2). Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini yaitu memperoleh pemaparan yang objektif mengenai perbandingan kualitas dan kepuasan pelanggan, maka jenis penelitian yang digunakan adalah strategi penelitian komparatif.

Penelitian komparatif digunakan karena sesuai untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang bersifat membandingkan persamaan dan perbedaan 2 (dua) atau lebih sifat-sifat dan fakta-fakta objek yang diteliti berdasarkan suatu kerangka pemikiran tertentu. Tujuan dari strategi komparatif adalah agar dapat memberikan penjelasan tentang perbandingan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, studi kasus pada pengguna layanan Transportasi *Online* Go-Ride dan GrabBike di Kelurahan Cempaka Putih Timur.

Dengan strategi penelitian ini, dapat dibentuk suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan lebih dalam lagi mengenai perbandingan antara variabel bebas dan variabel terikat. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang dikumpulkan dalam bentuk pertanyaan terbuka yaitu pertanyaan yang memberi kebebasan kepada responden untuk memberi jawaban terhadap variabel-variabel yang diteliti yang disajikan dalam bentuk skala likert.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi penelitian

Menurut Sugiyono (2017:61) populasi adalah wilayah yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi

dalam penelitian ini adalah warga di lingkungan kelurahan cempaka putih timur sebanyak 27.299 jiwa yang menggunakan transportasi *online* Go-Ride dan GrabBike. Adapun ciri-ciri responden adalah berusia diatas 17 tahun dan paling tidak pernah menggunakan transportasi online baik Go-Ride dan GrabBike sebanyak tiga kali dalam satu bulan.

3.2.2. Sampel penelitian

Menurut Sugiyono (2017:137) sampel penelitian adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian. Untuk menentukan besarnya sampel dapat dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat menggambarkan populasi yang sebenarnya atau *representative* (mewakili).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Echdar, (2013:11) menjelaskan *purposive sampling* adalah cara pengambilan sampel dengan menetapkan ciri yang sesuai dengan tujuan. Populasi pengguna Go-Ride dan GrabBike dalam penelitian ini jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

Sugiyono (2017:82) menyarankan tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut :

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 50 sampai dengan 500.
2. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 4 (*independent dan dependent*), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 4 = 40$.

Sampel dari penelitian ini adalah 100 orang yang menggunakan transportasi *online* Go-Ride dan GrabBike. Penetapan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu kepada pendapat dari Sugiyono pada poin satu diatas.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.2.1. Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber data utama (Sugiyono, 2017:131). Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkan secara langsung. Data primer ini untuk mendapatkan responden tentang perbedaan persepsi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada pengguna layanan Go-Ride dan GrabBike di Kelurahan Cempaka Putih Timur yang diperoleh langsung oleh responden berdasarkan penyebaran kuesioner dan wawancara pada masyarakat di Kelurahan Cempaka Putih Timur.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalkan lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono 2017:137). Dapat dikatakan data sekunder merupakan data yang diperoleh selain dari kuesioner dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Sumber data yang digunakan oleh peneliti selain kuesioner dan wawancara adalah dokumen, buku, jurnal-jurnal, dan internet.

3.2.2. Metoda pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah :

1. Metoda Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2017:137).

Dalam wawancara peneliti melakukan tanya jawab langsung kepada masyarakat di lingkungan Kelurahan Cempaka Putih Timur

2. Metoda Observasi

Observasi meliputi segala hal yang menyangkut pengamatan aktivitas atau kondisi perilaku maupun non perilaku (Sanusi, 2017:111)

3. Metoda Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:142), kuesioner (angket) merupakan Instrumen pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penggunaan kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh ini dimaksudkan untuk memperoleh data tentang perbandingan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, studi kasus pada pengguna layanan Transportasi *Online* Go-Ride dan GrabBike di Kelurahan Cempaka Putih Timur.

3.3.3. Skala pengukuran

Instrumen pengukuran data dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala likert. Penjelasan Sugiyono (2017:134) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial untuk setiap pertanyaan atau pernyataan responden harus mendukung sebuah pertanyaan untuk dipilih. Dengan skala likert responden memilih jawaban dari variabel yang di pecah menjadi bagian dari indikator variabel, masing-masing indikator variabel mempunyai instrumen yang dijadikan tolak ukur dalam sebuah pertanyaan atau pernyataan.

Tabel 3.1. Pengukuran Skala Likert

Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju(STS)	1

Sumber : Sugiyono (2017:132)

3.4. Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:38). Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam penelitian ini adalah dua atribut variabel.

Tabel 3.2. Operasional Variabel, Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.	Berwujud (<i>Tangible</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Driver Go-Ride/GrabBike memberikan perlengkapan keamanan berkendara seperti helm dan masker untuk digunakan oleh pelanggan. 2. Driver Go-Ride/GrabBike berpakaian rapi saat melakukan pelayanan. 3. Driver Go-Ride/GrabBike menggunakan sepatu saat melakukan pelayanan. 4. Penampilan Driver Go-Ride/GrabBike bersih. 5. Jaket yang digunakan driver Go-Ride/GrabBike tidak berbau. 	Diukur menggunakan kuesioner (angket) Skala Likert
	Empati (<i>Empathy</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Driver Go-Ride/GrabBike memberitahukan tentang penggunaan helm yang benar 	

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala Pengukuran
		<p>kepada pelanggan.</p> <p>2. Driver Go-Ride/GrabBike membantu pelanggan dalam mengangkat barang.</p> <p>3. Driver Go-Ride/GrabBike sopan dan ramah dalam melakukan pelayanan.</p>	
	Keandalan (<i>Reliability</i>)	<p>1. Driver Go-Ride/GrabBike memberikan layanan tepat waktu.</p> <p>2. Driver Go-Ride/GrabBike selalu tersedia pada saat dibutuhkan.</p> <p>3. Driver Go-Ride/GrabBike mengemudikan motor dengan menaati peraturan lalu lintas.</p> <p>4. Go-Ride/GrabBike mengenakan harga sesuai dengan tarif yang tertera di aplikasi Go-Jek/Grab.</p> <p>5. Driver Go-Ride/GrabBike mengantarkan pelanggan ke tempat tujuan dengan akurat.</p> <p>6. Go-Ride/GrabBike memberikan layanan selama 24 jam.</p>	
	Daya Tanggap (<i>Responsive</i>)	<p>1. Driver Go-Ride/GrabBike mengkonfirmasi order pelanggan secara cepat dengan menghubungi pelanggan, untuk memastikan pesanan dan lokasi.</p> <p>2. Driver Go-Ride/GrabBike segera datang setelah menerima pesanan melalui aplikasi Go-Jek/ Grab.</p> <p>3. Driver Go-Ride/GrabBike cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan.</p>	
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	<p>1. Driver Go-Ride/GrabBike telah terlatih dalam mengemudikan sepeda motor dengan baik.</p> <p>2. Driver Go-Ride/GrabBike mempunyai pengetahuan mengenai informasi</p>	

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala Pengukuran
		3. jalan/alamat yang akan dituju. Go-Ride/GrabBike menyediakan layanan pengaduan yang tersedia pada aplikasi Go-Jek/ Grab.	

Sumber : Tjiptono (2014)

Tabel 3.3. Operasional Variabel, Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala Pengukuran
Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja yang dipersepsikan dengan harapannya. Apabila kinerja berada di bawah harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas	Kepuasan Konsumen Keseluruhan (<i>Overall Customer Satisfaction</i>)	1. Tingkat kepuasan menggunakan produk 2. Tingkat kepuasan pelayanan	Diukur menggunakan kuesioner (angket) Skala Likert
	Konfirmasi harapan (<i>Confirmation of Expectation</i>)	3. Kesesuaian produk dengan harapan konsumen	
	Minat Pembelian Ulang (<i>Repurchase Intent</i>)	4. Minat konsumen membeli kembali produk yang sama atau produk lainnya dengan merek yang sama	
	Kesediaan untuk Merekomendasi (<i>Willingness to Recommend</i>)	5. Merekomendasikan produk kepada orang lain	

Sumber : Tjiptono (2014)

3.5. Metoda Analisis Data

Metoda analisis data merupakan pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2017: 147).

3.5.1. Cara pengolahan dan penyajian data

Dalam penelitian ini pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) ver.25.0. Hal ini dilakukan dengan harapan tidak terjadi tingkat kesalahan yang besar. Setelah data diolah, kemudian diperoleh hasil atau *output* SPSS. Hasil pengolahan data akan disajikan dalam bentuk tabel agar lebih rapi, dapat dibaca dengan mudah dan dapat cepat dipahami.

3.5.2. Analisis statistik data

Metoda analisis statistik data dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji instrument dan uji beda dua rata-rata.

1. Uji Instrumen

Suatu kuesioner bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrumen yang akan digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *validity* (tingkat kesahihan) dan *reability* (tingkat keandalan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan (Sugiyono, 2017:125).

a. Uji validitas

Uji Validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono (2017:128) untuk menguji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total adalah jumlah dari semua skor pernyataan. Data yang telah diperoleh ditabulasikan dan dilakukan analisis faktor dengan metode *Construck Validity* dengan menggunakan metode korelasi sederhana. Apabila hasilnya sebesar 0.3 (r_{kritis}) atau lebih, maka faktor tersebut merupakan konstruksi yang kuat atau memiliki validitas konstruksi yang baik.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah *Product Moment* dari Karl Pearson, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum X Y - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari
- n = Banyaknya responden yang dicari (sampel)
- X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item
- Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

Kemudian hasil dari r_{xy} dibandingkan dengan nilai kritis *product moment* (r_{kritis}), apabila hasil yang diperoleh $r_{xy} > 0.3$, maka instrumen tersebut valid. Dalam praktiknya untuk menguji validitas kuesioner sering menggunakan bantuan *software Microsoft Office Excel* dan *Statistical Package for Social Science (SPSS)*.

b. Uji reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah *reliable* akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan program computer SPSS. Instrumen yang dipakai dalam variabel tersebut dikatakan handal (*reliable*) apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 (Duwi Priyatno, 2012:26).

$$\text{Koefisien Alpha Cronbach: } \alpha_{it} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right) \dots(3.2)$$

Keterangan :

k = jumlah butir kuisisioner

α_{it} = koefisien keterandalan butir kuisisioner

$\sum S_i^2$ = jumlah variansi skor butir yang valid

S_t^2 = variansi total skor butir

Untuk mencari besarnya variansi butir kuisioner dan variansi total skor butir di gunakan rumus sebagai berikut :

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2}{n} - \left(\frac{\sum X_i}{n} \right)^2 \dots\dots\dots(3.3)$$

Keterangan :

$\sum X_i$ = jumlah skor setiap butir

$\sum X_i^2$ = jumlah kuadrat skor setiap butir

Menurut Sekaran (2013), dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas ini adalah sebagai berikut:

Jika koefisien *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6 \rightarrow$ maka *Cronbach's Alpha acceptable (construct reliable)*.

Jika *Cronbach's Alpha* $< 0,6 \rightarrow$ maka *Cronbach's Alpha poor acceptable (construct unreliable)*.

2. Analisis Uji Beda Dua Rata-rata

Berdasarkan parameternya statistik dibagi menjadi dua, yakni statistik Parametrik dan Non Parametrik, keduanya berbeda satu dengan yang lain dan memiliki kelebihan dan kekurangan. Statistik non parametrik adalah bagian dari statistik yang parameter populasinya tidak mengikuti suatu distribusi tertentu atau memiliki distribusi yang bebas persyaratan dan variannya tidak perlu homogen.

Sugiyono (2017:261) didasarkan kelebihan yang ada dibandingkan dengan uji t beda dua sampel *paired sample t-test*, karena alat uji statistik tersebut akan memberikan hasil yang tepat untuk dua populasi yang berdistribusi kelanjutan, tidak memerlukan pengujian asumsi normalitas dan lebih konservatif untuk dua populasi yang berdistribusi diskrit. Untuk mengetahui perbedaan rata-rata yang signifikan antara persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada pengguna transportasi *online* Go-Ride dan GrabBike di Kelurahan Cempaka Putih

Timur. Pengujian statistik ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a) Merumuskan H_0 dan H_1

$H_0: \mu_1 = \mu_2$ (tidak terdapat perbedaan rata-rata yang signifikan antara persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada pengguna transportasi *online* Go-Ride dan GrabBike di Kelurahan Cempaka Putih Timur)

$H_1: \mu_1 \neq \mu_2$ (terdapat perbedaan rata-rata yang signifikan antara persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada pengguna transportasi *online* Go-Ride dan GrabBike di Kelurahan Cempaka Putih Timur)

b) Menghitung nilai Rata-rata (\bar{X})

$$(\bar{X}) = \frac{\sum X}{n}$$

c) Menentukan Simpangan Baku.

$$S = \sqrt{\frac{\sum (X_i - \bar{X})^2}{n - 1}}$$

d) Menentukan *level of Significance*

$$\alpha = 5\% \text{ untuk } n \leq 30 \text{ dan } \pm t(\alpha; n_1 + n_2 - 2)$$

e) Mencari nilai t hitung dengan rumus :

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1).s_1^2 + (n_2 - 1).s_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \cdot \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

Keterangan:

\bar{X}_1 = Nilai rata-rata pengguna transportasi *online* Go-Ride

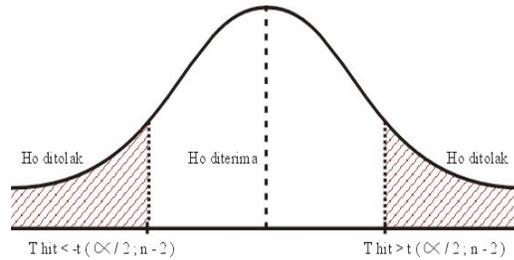
\bar{X}_2 = Nilai rata-rata pengguna transportasi GrabBike

n_1 = Jumlah sampel pengguna transportasi *online* Go-Ride

n_2 = Jumlah sampel pengguna transportasi GrabBike

- S1 = Target Deviasi pengguna transportasi *online* Go-Ride
 S2 = Target Deviasi pengguna transportasi GrabBike
 α = Taraf kesalahan

f) Menentukan kriteria pengujian



Ho diterima, H_1 ditolak jika $-t_{(\alpha/2; n-2)} < t_{\text{hitung}}$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{(\alpha/2; n-2)}$

Ho ditolak, H_1 diterima jika $t_{\text{hitung}} < -t_{(\alpha/2; n-2)}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{(\alpha/2; n-2)}$

g) Kesimpulan

Ho diterima apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, berarti tidak terdapat perbedaan rata-rata yang signifikan antara tingkat persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada pengguna transportasi *online* Go-Ride dan GrabBike di Kelurahan Cempaka Putih Timur.

Ho ditolak apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, berarti terdapat perbedaan rata-rata yang signifikan antara tingkat persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada pengguna transportasi *online* Go-Ride dan Grab Bike di Kelurahan Cempaka Putih Timur.