

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Dalam penelitian survei, informasi yang dikumpulkan dari responden menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2007), Penelitian survei adalah pengumpulan data yang menggunakan instrumen kuesioner atau wawancara untuk mendapatkan tanggapan dari responden.

Penelitian kasual komparatif merupakan tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat dua variabel atau lebih, peneliti dapat mengidentifikasi fakta atau peristiwa sebagai variabel yang dipengaruhi (variabel dependen) dan melakukan penyelidikan terhadap variabel yang mempengaruhi (variabel independen). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas sistem informasi, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa ojek online di SMK Negeri 26 Jakarta

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono,2007).

Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang pernah memakai jasa ojek online di SMK Negeri 26 Jakarta. Pelanggan ojek online memiliki jumlah yang tidak bisa diperkirakan. Karena itu penelitian memutuskan untuk menggunakan teknik sampel non probabilitas. Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono,2007).

3.2.2 Sampel Penelitian

Sugiyono (2010:62) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yakni teknik penentuan sampel dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan yaitu berdasarkan karakteristik responden seperti jenis kelamin dan usia.

Ukuran populasi dalam penelitian sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti, maka besar sampel yang digunakan menurut Rao Purba (1996) menggunakan rumus :

$$n = \frac{Z^2}{4 + (M_{oe})^2}$$

Keterangan :

N = Ukuran sampel

Z = Tingkat keyakinan dalam menentukan sampel 95% = 1,96

M_{oe} = Margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi di sini ditetapkan sebesar 10%

Dengan rumus tersebut maka dapat dilihat ukuran sampel minimal yang harus dicapai dalam penelitian ini adalah sebesar:

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan rumus tersebut, sampel yang dapat diambil dari populasi minimal sebanyak 96,04 orang dibulatkan 97 responden.

3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

Data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang dapat berupa kuesioner. Data yang dimaksud yaitu diperoleh dengan cara berikut :

1. Riset pustaka

Riset yang dilakukan dengan berdasarkan buku yang berkaitan dengan penelitian yang akan dibahas untuk mendapatkan teori-teori dari definisi yang akan dipergunakan.

2. Riset lapangan

Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data secara langsung dari perusahaan yang menjadi objek penelitian, melalui cara sebagai berikut :

a. Kuesioner

Kuesioner adalah penelitian dengan cara mengajukan daftar pertanyaan melalui google form kepada responden, yaitu pelanggan pengguna jasa layanan ojek online di SMK Negeri 26 Jakarta. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert untuk mengukur sikap, pendapat serta persepsi seseorang mengenai kejadian atau gaya sosial.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat serta nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:61). Pada penelitian ini telah ditentukan tiga variabel, yaitu variabel bebas, variabel terikat serta variabel intervening.

3.4.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Dalam penelitian ini, variabel independen (bebas) terdiri dari tiga variabel:

1. Kualitas sistem informasi.

Kualitas sistem informasi pada ojek online menyangkut keterkaitan fitur dalam software berbasis Android dan IOS termasuk performa aplikasi. Kualitas sistem informasi yang digunakan disini adalah kualitas sistem informasi yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan indikator-indikator yang digunakan diadopsi dari penelitian Delone dan Mclean

(2003) yaitu kemudahan penggunaan, kecepatan akses, keandalan sistem informasi, fleksibilitas dan keamanan.

2. Harga

Harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa mengenai sejumlah uang yang akan diberikan untuk mendapatkan manfaat yang diinginkan atas jumlah nominal tersebut. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel harga diadopsi dari penelitian Hermann, et al. (2007) yaitu keterjangkauan harga, diskon atau potongan harga dan cara pembayaran.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan didefinisikan seberapa jauh perbedaan kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima. Kualitas pelayanan disini adalah kualitas pelayanan yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Indikator untuk mengukur kualitas pelayanan diadopsi dari penelitian Raymond McLeod (2007) yaitu: tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy.

3.4.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (terikat) adalah loyalitas yang didapatkan oleh pelanggan setelah order pada aplikasi ojek online dari berbagai layanan yang ditawarkan. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Loyalitas pelanggan berasal dari apa yang dirasakan oleh pelanggan secara keseluruhan mengenai ojek online. Indikator yang dipakai dalam variabel ini diadopsi dari penelitian Mardikawati dan Farida (2013), yaitu kesesuaian jasa dengan yang diharapkan, kesesuaian jasa dengan tarif yang dibayarkan dan kepuasan pelanggan akan jasa yang ditawarkan.

3.5 Metoda Analisis Data

3.5.1 Metoda Penyajian Data

Untuk mendapatkan data primer, instrumen dalam penelitian ini berupa kuesioner yang diukur dengan menggunakan skala likert.

Menurut (Sugiyono, 2016:93) skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu. Jawaban setiap item instrumen memiliki bobot nilai seperti yang tercantum pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala *Likert* Instrumen Penelitian

No	Pernyataan	Nilai Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2016)

Dengan skala likert maka variabel yang dapat diukur selanjutnya dijabarkan menjadi indikator variabel. Masing-masing indikator variabel mempunyai sub indikator tertentu dan selanjutnya sub indikator tersebut dijadikan sebagai dasar untuk membuat pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner penelitian. Jawaban dari pernyataan tersebut yang nantinya akan diolah sehingga dapat menghasilkan kesimpulan. Untuk menilai tanggap dari setiap responden, peneliti melakukan pengukuran dengan menggunakan skala likert, untuk pengolahan dan analisis data peneliti menggunakan program aplikasi SPSS versi 22.0. Adapun indikator variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.5.2. Instrument Penelitian

Tabel 3.2 Instrument Penelitian Variabel Kualitas Sistem Informasi (X₁)

Halaman 1 dari 4

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No.Item
		Kemudahan Penggunaan	Aplikasi dapat di download pada sistem play store/app store	1
			Fitur yang beragam memudahkan penggunaan pelanggan	2

1	Kualitas Sistem Informasi (X1) <i>DeLone dan McLean, 2003</i>	Kecepatan	Dapat mengefisiensi waktu pengguna .	3
		Kecepatan Akses	Dapat mengefisiensi waktu pengguna .	3
			Tidak memerlukan waktu lama ketika mendapatkan driver ojek online	4
		Keandalan Sistem	Customer service dapat membantu saat sistem error	5
			Dapat mendeteksi kecurangan yang dilakukan pengemudi	6
		Fleksibilitas	Dapat melakukan perubahan order seperti lokasi tujuan sesuai dengan permintaan pelanggan	7
			Pelayanan yang diberikan sesuai keinginan pelanggan	8
		Keamanan	Data pribadi pengguna disimpan dengan baik	9
			Data pribadi pengguna bersifat rahasia	10

Tabel 3.3 Instrument Variabel Harga (X₂)

Halaman 2 dari 4

No	Variable	Indikator	Sub Indikator	No.Item
2	Harga (X2) <i>Hermann, et. al. 2007:54</i>	Keterjangkauan harga	Tarif yang diberikan cukup terjangkau	11
			Tarif yang ditawarkan Ojek Online lebih murah dibandingkan Ojek Konvensional	12
		Diskon atau potongan harga	Dapat menggunakan kode promo yang diberikan utk mengurangi tarif awal	13
			Dapat menggunakan kode promo yang diberikan utk mengurangi tarif awal	14
		Cara Pembayaran	Dapat melakukan pembayaran secara cara tunai	15
			Dapat melakukan pembayara secara Cashless (GoPay/OVO)	16

Tabel 3.4 Instrument Variabel Kualitas Pelayanan (X₃)

Halaman 3 dari 4

No	Variable	Indikator	Sub Indikator	No.Item
3	Kualitas Pelayanan (X ₃) <i>Raymond McLeod, 2007</i>	Tangibles	Pengemudi Ojek Online menggunakan atribut sesuai dengan prosedur (helm, jaket)	17
			Pengemudi menyediakan atribut untuk pengguna (helm, masker)	18
		Reliability	Pengemudi mempunyai pengetahuan lokasi yang luas	19
			Pengemudi memberikan alternatif jalan dalam keadaan darurat	20
		Responsiveness	Pengemudi dengan cepat menuju lokasi pemesanan	21
			Pengemudi dengan cepat memberikan solusi utk menghindari kemacetan	22
		Assurance	Asuransi kecelakaan dijamin oleh perusahaan ojek online	23
			Fasilitas yang diberikan sesuai standar keamanan saat berkendara	24
		Empathy	Pengemudi menggunakan Bahasa yang sopan terhadap pengguna	25
			Pengemudi mempunyai sikap ramah terhadap pengguna	26

Tabel 3.5 Indikator dan Sub Indikator Variabel Loyalitas Konsumen (Y)

Halaman 3 dari 4

No	Variable	Indikator	Sub Indikator	No.Item
4	Loyalitas Pelanggan (Y) <i>Mardikawati</i>	Melakukan order ulang pada jasa layanan yang sama	Mempunyai kepuasan pelayanan setelah menggunakan ojek online	27
			Meggunakan jasa ojek online sebagai alat transportasi minimal 1x dalam sehari	28

Tabel 3.5 Indikator dan Sub Indikator Variabel Loyalitas Konsumen (Y)

Halaman 4 dari 4

	<i>dan Farida,2013</i>	Tidak terpengaruh oleh pesaing	Bersedia mengeluarkan biaya lebih dari tarif biasanya	29
			Tidak berpindah pilihan (ojek konvesial) sebagai alat transportasi lainnya	30
		Merekomendasikan jasa layanan tersebut kepada orang lain	Memberikan kesan yang baik terhadap ojek online	31
			Mempromosikan Ojek Online kepada orang lain	32

3.5.3. Analisis Statistik Data

Analisis statistik data dilakukan dengan tujuan untuk menghitung data yang telah diperoleh dalam penelitian ini melalui hasil survey pada kuesioner. Hasil survey tersebut akan dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi, menyiapkan data serta variable yang diteliti dan setelah itu melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis koefisien korelasi dengan pengujian hipotesis secara pasrsial dan simultan.

3.5.4. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Menurut (Sugiyono, 2009:172) untuk menguji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

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

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

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 harga kritis *product moment* (r_{tabel}), apabila hasil yang diperoleh $r_{xy} > r_{tabel}$, maka instrumen tersebut valid. Dalam praktiknya untuk menguji validitas kuesioner sering menggunakan bantuan *software Microsoft Office Excel* dan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS).

3.5.5. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula, kualitas data yang diperoleh dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi dengan menggunakan uji reliabilitas dan validitas. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* > 0.60 .

3.5.6. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi terdiri dari koefisien korelasi berganda dan parsial. Nilai koefisien korelasi berkisar dari -1 sampai 1. Interpretasi bagi nilai koefisien korelasi tertentu adalah:

- (1) Jika r mendekati 1, maka hubungan antara variable X dan Y semakin kuat dan positif.
- (2) Jika r mendekati -1, maka hubungan antara variable X dan Y semakin kuat dan negatif.
- (3) Jika r mendekati 0, maka hubungan antara variable X dan Y tidak terdapat pengaruh atau sangat lemah.

Oleh karena itu, jika nilai r mendekati -1 atau 1, maka hubungan antara variable semakin kuat. Sebaliknya, jika nilai r semakin jauh dari -1 atau 1 berarti

hubungan antar variable akan semakin lemah.

(1) Analisis koefisien korelasi parsial

Digunakan untuk mengetahui hubungan antara variable bebas dan terikat dengan asumsi variable bebas lainnya konstan.

(2) Analisis koefisien korelasi berganda

Analisis koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengetahui antara hubungan kualitas produk, citra merek dan garansi dengan loyalitas konsumen secara simultan.

Tabel 3.6 **Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

No	Interval koefisien (nilai mutlak)	Tingkat hubungan antara
1	0.00-0.200	Sangat rendah
2	0.20-0.399	Rendah
3	0.40-0.599	Sedang
4	0.60-0.799	Kuat
5	0.80-1.000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono, (2011)

3.5.7. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Uji t dilaksanakan untuk melihat signifikansi dari pengaruh independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersifat konstan. Tingkat signifikansinya (Sig t) masing – masing variabel independen dengan taraf sig $\alpha = 0,05$. Apabila tingkat signifikansinya (Sig t) lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$, maka hipotesisnya diterima yang artinya variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya. Sebaliknya bila tingkat signifikansinya (Sig t) lebih besar daripada $\alpha = 0,05$, maka hipotesisnya tidak diterima yang artinya variabel independen tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya.

$$t = \frac{r_p \sqrt{n - 3}}{1 - r_p^2}$$

Keterangan :

r_p = Korelasi parsial yang ditemukan

n = Jumlah sampel

t = t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t tabel

Jika dinyatakan secara statistik adalah sebagai berikut :

- a. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (β_i) sama dengan nol, atau :

$$H_0 : \beta_i = 0$$

Artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

- b. Hipotesis alternatifnya (H_1) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau :

$$H_0 \neq 0$$

Artinya variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Cara melakukan uji t (Ghozali, 2007) adalah dengan membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungannya lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

Jika t - hitung $>$ dari t - tabel (α, df) maka H_0 ditolak , dan

Jika t - hitung $<$ dari t - tabel (α, df) maka H_0 diterima.

3.5.8. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2016:96) Uji F disini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama – sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen).

Prosedur yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat bebas ($n - k$), dimana n : jumlah pengamatan dan k : jumlah variabel.
- b. Kriteria pengujian dengan taraf nyata (α) 5% (0,05) :
- Uji kecocokan model ditolak jika $\alpha > 0,05$
 - Uji kecocokan model diterima jika $\alpha < 0,05$

3.5.9. Pengujian Hipotesis

(1) Pengujian hipotesis secara parsial

a. Hubungan antara X_1 dengan Y

$H_0 : \rho_1 > 0$ (secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas sistem informasi dengan kepuasan pelanggan).

$H_a : \rho_1 \leq 0$ (secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas sistem informasi dengan kepuasan pelanggan).

b. Hubungan antara X_2 dengan Y

$H_0 : \rho_2 > 0$ (secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan kepuasan pelanggan).

$H_a : \rho_2 \leq 0$ (secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan kepuasan pelanggan).

c. Hubungan antara X_3 dengan Y

$H_0 : \rho_3 > 0$ (secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan).

$H_a : \rho_3 \leq 0$ (secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas pada variabel terikat secara parsial, dilihat dari nilai *Significance* dibandingkan dengan α ($5\% = 0,05$)

1. H_0 ditolak, jika *Significance* $t < 0,05$
2. H_0 diterima, jika *Significance* $t \geq 0,05$

(2) Pengujian hipotesis secara simultan

$H_0 : \rho_1, \rho_2, \rho_3 > 0$ (secara serentak (simultan) tidak terdapat hubungan antara positif yang signifikan kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan).

Ha : $\rho_1.\rho_2.\rho_3 \leq 0$ (secara serentak (simultan) terdapat hubungan antara positif yang signifikan kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan).

Adapun untuk menguji hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan (bersama-sama), digunakan nilai *Significance F* dibandingkan dengan α (5% = 0,05).

1. Ho ditolak, jika *Significance F* < 0,05
2. Ho diterima, jika *Significance F* \geq 0,05