

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi yang dilakukan dalam penulisan ini menggunakan metode asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih dan untuk mengetahui bagaimana hubungan variabel yang satu dengan variabel lainnya. Dan untuk jenis penelitian yang digunakan bersifat kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka yang bersifat mengukur.

Menurut (Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, 2014) penelitian kuantitatif tidak dilakukan secara mendalam. Umumnya menyelidiki permukaan saja, dengan demikian memerlukan waktu relatif lebih singkat dibanding dengan penelitian kualitatif. Permasalahan dalam penelitian kuantitatif dapat ditentukan di awal penelitian sehingga bersifat sebagai hipotesis atau dugaan awal terhadap permasalahan berdasarkan apa yang dikatakan teori. Penulis ingin mengetahui pengaruh dari *Customer Experience*, *Customer Value*, dan *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction*.

#### **3.2. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.2.1. Populasi Penelitian**

Populasi adalah sekumpulan data yang mempunyai karakteristik yang sama dan menjadi objek inferensi, Statistika inferensi mendasarkan diri pada dua konsep dasar, populasi sebagai keseluruhan data, baik nyata maupun imajiner, dan sampel, sebagai bagian dari populasi yang digunakan untuk melakukan inferensi (pendekatan/penggambaran) terhadap populasi tempatnya berasal.

Menurut (Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, 2014) populasi merupakan totalitas dari seluruh unsur yang ada dalam sebuah penelitian.

Populasi menurut Sugiyono (2013:117), adalah wilayah generalisasi yang

terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan definisi tersebut, maka populasi pada penelitian ini adalah pengguna aplikasi Gojek.

### 3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah suatu himpunan bagian (subset) dari unit populasi (Kuncoro,2003:103) karena tidak diketahuinya jumlah orang yang menggunakan jasa Gojek, sehingga untuk menentukan sampel digunakan rumus supramono:

$$n = \frac{(Za^2)pq}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel minimal yang diperlukan

Za = nilai standar normal yang besarnya tergantung a

Bila a = 0,05 maka Z = 1,96

Bila a = 0,01 maka z = 1,67

P = proporsi yang diestimasi

q = 1-p

d = penyimpangan yang ditolerir

Karena tidak diketahui nilai p dari penelitian atau literature lain, maka dapat dilakukan *maximal estimation* dengan p = 0,5 dan tingkat error yang ditentukan (d) adalah 10%.

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

= 96 orang (angka minimal) digenapkan 100 responden

Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atas kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2012:125). Jenis non probability sampling yang digunakan adalah jenis purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria dalam penelitian ini yaitu:

1. Pria dan wanita minimal usai 18 tahun
2. Mempunyai aplikasi Gojek
3. Pernah menggunakan jasa Gojek lebih dari 1 kali

### **3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data**

Pengertian data menurut Andreas Wijaya (2019:18), adalah catatan atas kumpulan data, sehingga data merupakan input utama penelitian untuk menghasilkan output dalam penelitian.

Menurut Sugiyono (2015:223) terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian, dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas, instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu, instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data primer, yaitu data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah riset secara khusus (Sunyoto, 2014). Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa :

1. Riset Pustaka dilakukan berdasarkan buku yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas untuk mendapatkan teori dari definisi yang akan dipergunakan dalam penelitian.
2. Riset lapangan Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan untuk

mendapatkan data secara langsung yang menjadi objek penelitian melalui cara-cara sebagai berikut :

- a. Kuesioner/ Angket: Teknik pengumpulan data dengan melakukan penyebaran daftar pertanyaan digital (*Google Form*) kepada pengguna aplikasi Gojek (responden). Pengumpulan data ini didasarkan atas dasar jawaban atau tanggapan responden terhadap pernyataan yang diajukan oleh peneliti.
- b. Wawancara: Teknik pengumpulan data dengan mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden yaitu pengguna aplikasi Gojek.

### **3.4. Operasionalisasi Variabel**

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Dinamakan variabel karena ada variasinya. Untuk dapat bervariasi, maka peneliti harus didasarkan pada sekelompok sumber data atau objek yang bervariasi. Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2015:95), menyatakan bahwa variabel adalah konstruk atau sifat yang akan dipelajari. Dengan demikian penulisan akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk indikator dalam sebuah kuesioner.

Menurut Andreas Wijaya (2019:66), menyatakan bahwa operasionalisasi variabel digunakan untuk menentukan jenis dan indikator penyusun variabel sekaligus sebagai dasar penentuan skala pengukuran yang digunakan.

#### **a. Skala dan Angka Penafsiran**

Instrumen penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Untuk menilai sikap dan persepsi responden, dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu. Dimana jawaban setiap item instrumen

mempunyai bobot nilai seperti tercantum pada tabel 3.1 berikut ini:

**Tabel 3.1.** Skala Likert (Pemberian Skor untuk Jawaban Kuesioner)

No.	Pernyataan	Kode	Nilai Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Kurang Setuju	KS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sigoyono

Dengan Skala *Likert*, maka variabel yang dapat diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan. Jawaban dari pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

Guna menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada pada pernyataan tersebut.

**Tabel 3.2.** Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No.Item
<i>Customer Experience</i> (X1) Dewi, I. T., &	<i>Sense</i> (Indera)	Gojek memiliki desain logo dan warna yang menarik	1
		Aplikasi Gojek mudah digunakan	2
	<i>Feel</i> (Rasa)	Gojek memberikan kenyamanan bagi konsumennya	3

Hasibuan, 2019		Gojek memberikan rasa aman kepada konsumennya	4
	<i>Think</i> (Berfikir)	Fasilitas yang ditawarkan Gojek sudah sesuai dengan kebutuhan konsumen	5
		Gojek memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen	6
	<i>Act</i> (Tidakkan)	Terbiasa menggunakan Gojek dalam aktivitas sehari-hari	7
		Gojek merupakan pilihan saat menggunakan Transportasi Online	8
	<i>Relate</i> (Hubungan)	Gojek sangat membantu saya dalam melakukan aktivitas sehari-hari	9
		Gojek memudahkan semua orang dalam melakukan aktivitasnya	10
<i>Customer Value</i> (X2)	<i>Emotional Value</i> (Nilai Emosional)	Merasa puas ketika menggunakan Gojek	11
driasan, 2016		Senang dengan pelayanan yang diberikan Gojek	12
	<i>Social Value</i> (Nilai Sosial)	Bangga ketika menggunakan Gojek karena memiliki citra yang baik.	13
		Gojek memenuhi kebutuhan social	14
	<i>Perfomance Value</i> (Nilai Kualitas)	Kualitas pelayanan yang diberikan Gojek sudah sesuai dengan yang diharapkan.	15
		Mendapatkan manfaat jasa yang diberikan Gojek sesuai dengan biaya yang saya keluarkan	16
	<i>Price/Value of Money</i> (Harga/Nilai)	Harga yang diberikan Gojek terjangkau sesuai dengan kantong pengguna.	17

	Uang)	Harga dengan pelayanan Gojek sudah sesuai	18
<i>Quality Service (X3)</i>	Keandalan	Pelayanan yang diberikan Gojek sudah sesuai dengan yang diharapkan.	19
		Gojek dapat dipercaya untuk memberikan layanan yang terbaik	20
	Daya Tanggap	Respon yang diberikan Gojek baik apabila ada yang komplain.	21
		Gojek menjemput dan mengantarkan pelanggan dengan tepat waktu	22
Panjaitan & Yuliati, 2016	Jaminan	Jaminan keamanan yang diberikan Gojek sudah sesuai dengan yang diharapkan.	23
		Gojek sigap dalam melayani konsumen apabila ada kendala dalam menggunakan aplikasi	24
	Perhatian	Driver Gojek memberikan perhatian dan akrab terhadap konsumen.	25
		Driver Gojek memiliki komunikasi yang baik terhadap konsumen	26
	Bukti Fisik	Pelayanan dan fasilitas yang diberikan Gojek sudah sesuai dengan keinginan konsumen.	27
		Atribut yang digunakan driver Gojek sudah lengkap dan sesuai dengan standar	28
	<i>Customer Satisfaction (Y)</i>	<i>Re-Purchase (pembelian ulang)</i>	Akan menggunakan Gojek lagi sebagai sarana transportasi penunjang aktivitas sehari-hari.
Dewi, K.I.L, Yulianthini,		Merasa puas dengan pelayanan Gojek sehingga berminat kembali	30

N.N & Telagawathi, 2019		menggunakan Gojek.	
	Menciptakan <i>word of mouth</i>	Merasa puas dengan kemudahan dalam menggunakan aplikasi Gojek sehingga saya akan merekomendasinya kepada	31
		orang lain	
	Menciptakan citra merek	Akan mengatakan hal-hal baik tentang Gojek kepada orang lain tentang pelayanannya	32
		Gojek adalah pilihan yang tepat untuk penunjang aktivitas sehari-hari	33
		Mendukung keberadaan Gojek	34
	Menciptakan keputusan pembelian pada	Akan tetap menggunakan Gojek Sebagai alternative sarana transportasi online.	35
	perusahaan yang sama.	Akan menggunakan fasilitas lain dari Gojek	36

### 3.5. Metode Analisis Data

#### 3.5.1. Pengolahan Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif yakni, menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut, dengan rumus sebagai berikut:

#### 3.5.2. Metode Penyajian Data

Dalam penelitian ini, data yang telah dikumpulkan akan disajikan dalam bentuk tabel dan gambar. Dengan menggunakan tabel dan gambar, diharapkan dapat mempermudah dalam menganalisis dan memahami data, sehingga data yang disajikan lebih sistematis.

### 3.5.3. Analisis Statistik Data

Analisis deskriptif dilakukan dengan cara mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan menginterpretasi data sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang dihadapi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Statistical Program For Social Science (SPSS)*.

#### 3.5.3.1. Uji Kualitas Data

Dalam penelitian hipotesis, kualitas data yang digunakan sangat penting. Adapun kualitas data dalam penelitian ditentukan oleh instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data yang nantinya akan digunakan dalam proses pengolahan data. Adapun uji yang digunakan untuk menguji kualitas data dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas

##### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan dengan tujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya koesioner yang digunakan dalam pengumpulan data atau untuk menguji sejauh mana kemahiran atau ketetapan suatu instrumen pertanyaan sebagai alat ukur variabel penelitian. Adapun rumus yang digunakan untuk menguji validitas dengan menggunakan rumus kolerasi product moment sebagai berikut:

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

Keterangan :

$\sum x$  = Jumlah pengamatan variabel x

$\sum y$  = Jumlah pengamatan variabel y

$r_{xy}$  = Item Instrument variabel dengan totalnya

x = Jumlah butir pertanyaan

- 1) Bila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka dinyatakan valid.
- 2) Bila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka dinyatakan tidak valid.

#### b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas dilakukan agar dapat menentukan apakah koefisien tetap konsisten apabila digunakan lebih dari satu kali terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama. Untuk menguji reabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha* dengan tujuan agar mengetahui apakah instrumen yang digunakan dapat dipercaya atau tidak. Penelitian ini uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik formula *Alpha Cronbach*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2} \right]$$

Sumber : (Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, 2014)

Keterangan:

- $r$  = Reabilitas instrument
- $k$  = Banyak butir pertanyaan
- $\sum \sigma^2$  = Jumlah varian butir
- $\sigma^2$  = Varian total

Kriteria pengujinya :

- a. Jika nilai koefisien reabilitas yakni *cranch* alpa  $>$  0,60 maka Instrument variabel adalah reliable (terpercaya)
- b. Jika nilai *cranch* alpa  $<$  0, 60 maka variabel tidak reliabel (tidak dipercaya)

### 3.5.4. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen (*Customer Experience*, *Customer Value*, dan *Service Quality*) dalam menerangkan variabel dependen (*Customer Satisfaction*). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai semakin kecil (mendekati nol) berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel independen memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen atau memiliki pengaruh yang besar dengan rumus determinasi sebagai berikut:

$$D = R^2 \times 100\%$$

(Sugiyono, 2010)

Dimana :

D = Koefisien determinasi

R = Koefisien korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

100% = Persentasi kontribusi

Untuk mempermudah peneliti dalam mengolah dan menganalisis data penelitian, peneliti menggunakan bantuan program computer yaitu *Statistical Program For Social Science* (SPSS).

### 3.5.5. Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji parsial (Uji t)

Pengujian uji t digunakan untuk menguji setiap variabel bebas atau independen variabel, apakah variabel *Customer Experience* (X1), *Customer Value* (X2), dan *Service Quality* (X3) mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap variabel terikat atau dependen yaitu *Customer Satisfaction* (Y). Untuk mengetahui tingkat signifikan dapat dilakukan uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{r^2}}$$

Sumber: (Sugiyono, 2010)

Keterangan :

$t = t_{hitung}$  yang dikonsultasikan dengan tabel t

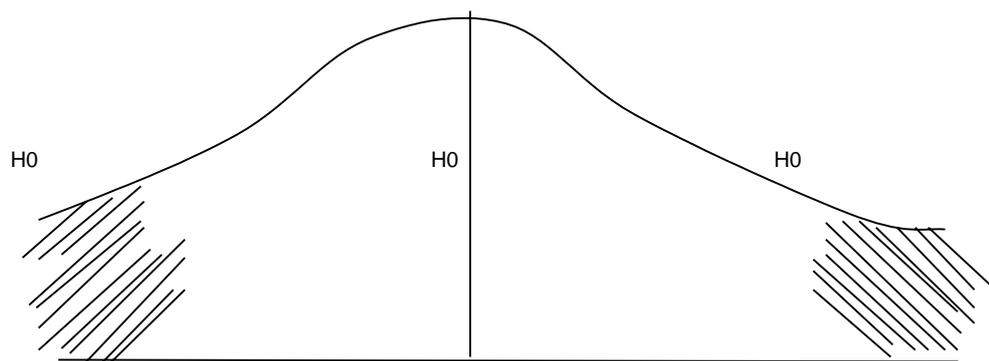
r = Korelasi parsial yang ditemukan

n = Jumlah sampel

Ketentuan :

Jika nilai t dengan probabilitas kolerasi yakni *sig-2 tailed* < taraf signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 0,05 maka H0 diterima, sehingga tidak ada kolerasi tidak signifikan antara variabel X dan Y. Sedangkan jika nilai t dengan probabilitas t dengan kolerasi yakni *sig-2 tailed* > taraf signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 0,05 maka H0 ditolak. Sehingga ada kolerasi signifikan antar variabel X dan Y.

Pengujian hipotesis:



**Gambar 3.1**  
**Kriteria Pengujian Hipotesis Uji T**

Kriteria pengujian :

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti  $H_0$  ditolak (bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap kepuasan kerja)
- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  berarti  $H_0$  diterima (bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap kepuasan kerja)

## 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan secara serentak apakah variabel bebas atau independen variabel ( $X_i$ ) mempunyai pengaruh yang positif atau negative, serta signifikan terhadap variabel terikat atau dependen variabel ( $Y$ ). Untuk menguji signifikan koefisien kolerasi ganda dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Sumber : (Sugiyono, 2010)

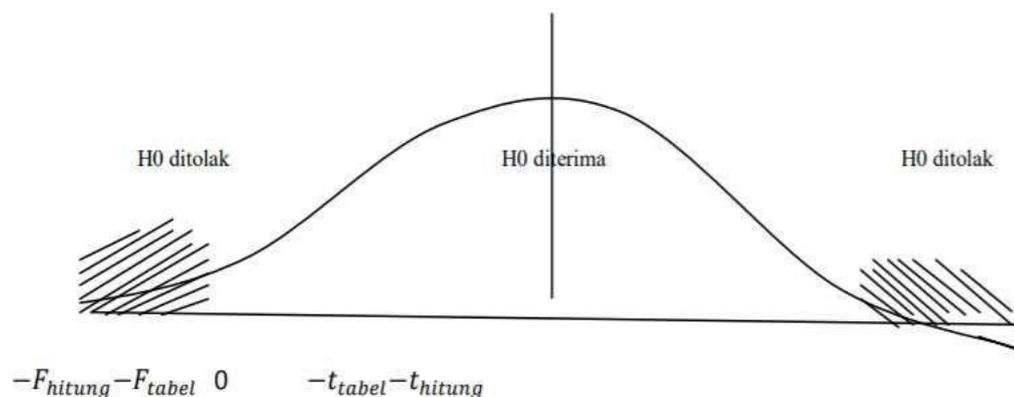
Keterangan :

$F$  = Tingkat signifikan

$R^2$  = Koefisien kolerasi ganda

$k$  = Jumlah variabel independen

Pengujian hipotesis:



**Gambar 3.2**

**Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F**

Keterangan:

$F_{hitung}$  = Hasil perhitungan kolerasi variabel bebas terhadap variabel terikat

$F_{tabel}$  = Nilai F dalam  $F_{tabel}$  berdasarkan  $n$  (sampel Penelitian)

Kriteria pengujian :

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  berarti  $H_0$  ditolak (bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap kepuasan kerja)
- b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  berarti  $H_0$  diterima (bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap kepuasan kerja)