

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Strategi asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2018:51). Dalam analisis ini, metoda penelitian yang digunakan adalah metoda kuantitatif. Metoda penelitian kuantitatif ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018:15).

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:130). Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah anggota masyarakat pengguna transportasi daring GoRide berdomisili di wilayah kelurahan Malaka Sari Jakarta Timur.

3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:131) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam pengambilan sampel ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018:138). Adapun kriteria responden dalam penelitian ini yaitu pengguna jasa GoRide yang berdomisili di wilayah kelurahan Malaka Sari Jakarta Timur pada periode bulan Mei – Juli 2019.

Oleh karena jumlah populasi sasaran tidak diketahui secara tepat, maka peneliti memutuskan untuk menggunakan 100 responden hal ini merujuk pada rekomendasi Ghozali (2014:30) yang menyatakan besarnya sampel untuk pengujian PLS direkomendasikan dalam jumlah responden antara 30 sampai 100 kasus.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data yang bersifat kuantitatif karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atas variabel yang diwakilinya. Jenis data dibedakan menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2018:213) sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan berupa kuesioner yang diberikan kepada pelanggan GoRide di wilayah kelurahan Malaka Sari Jakarta Timur.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:213) data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui data dokumen. Data sekunder disajikan dalam bentuk data-data, dokumen, tabel-tabel mengenai topik penelitian tentang profil perusahaan Gojek yaitu GoRide.

3.3.2. Metoda Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018:213) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Dalam pengumpulan data, metoda yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2018:219) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan menggunakan teknik kuesioner yang diberikan kepada sampel penelitian yang bersangkutan. Teknik kuesioner ini terjadi kontak langsung antara peneliti dengan responden untuk menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden dengan suka rela memberikan data yang objektif. Kuesioner yang diberikan kepada responden merupakan instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Oleh sebab itu kuesioner ini harus digunakan untuk mendapatkan data yang valid tentang variabel harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan GoRide di wilayah kelurahan Malaka Sari Jakarta Timur. Dalam penyebaran kuesioner disertakan juga petunjuk pengisian yang jelas sehingga dapat memudahkan responden dalam memberikan jawaban.

Untuk mengukur persepsi responden dalam penelitian ini digunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2018:152) skala *likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Berikut ini adalah penjelasan 5 poin skala *likert* (Sugiyono, 2018:152):

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Ragu-ragu (R)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

Variabel-variabel yang diukur akan dijelaskan dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator ini akan dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan dan pernyataan dalam kuesioner. Sub indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 3.1 Indikator dan Sub Indikator Variabel Harga

No	Indikator	Sub Indikator	Kode
1	Keterjangkauan harga	Tarif terjangkau	HR1
2	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Tarif sesuai dengan jarak tempuh	HR2
3	Harga sesuai dengan manfaat	Tarif sesuai dengan manfaat yaitu efisiensi waktu	HR3
4	Daya saing harga	Tarif lebih rendah dari pesaing	HR4

(Kotler & Armstrong, 2016:78)

Tabel 3.2 Indikator dan Sub Indikator Variabel Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Sub Indikator	Kode
1	Reliabilitas	1. Kemampuan memberikan layanan dengan segera	KPN1
		2. Kemampuan memberikan layanan dengan akurat	KPN2
		3. Kemampuan memberikan layanan yang memuaskan	KPN3
2	Responsivitas	1. Kesiediaan karyawan membantu pelanggan	KPN4
		2. Melayani pelanggan dengan tanggap	KPN5
3	Jaminan	1. Pengetahuan driver tentang jalan alternatif	KPN6
		2. Driver memiliki kemampuan berkendara yang baik	KPN7
		3. Driver bersifat sopan	KPN8
4	Empati	1. Komunikasi yang efektif	KPN9
		2. Memahami kebutuhan pelanggan	KPN10
5	Bukti fisik	1. Perlengkapan	KPN11
		2. Karyawan	KPN12

(Tjiptono & Chandra, 2017:88)

Tabel 3.3 Indikator dan Sub Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Indikator	Sub Indikator	Kode
1	Konfirmasi ekspektasi	Sesuai dengan harapan pelanggan	KP1
2	Niat beli ulang	Pelanggan menggunakan/membeli kembali jasa tersebut	KP2
3	Kesediaan untuk merekomendasikan	Pelanggan menyarankan teman atau sahabat menggunakan jasa tersebut	KP3

(Tjiptono, 2015:54)

Tabel 3.4 Indikator dan Sub Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan

No	Indikator	Sub Indikator	Kode
1	Melakukan pembelian secara teratur	Rutin dalam menggunakan jasa	LP1
2	Membeli diluar lini produk/jasa	Menggunakan jasa lain yang ditawarkan dari perusahaan	LP2
3	Merekomendasikan produk lain	Merekomendasikan jasa lain didalam perusahaan tersebut	LP3
4	Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing	Tidak tertarik dengan produk/jasa dari pesaing	LP4

(Griffin, 2015:130)

3.4. Operasionalisasi Variabel

Uraian dibawah ini menjelaskan variabel yang digunakan pada penelitian ini, meliputi:

1. Harga adalah tarif yang dikenakan untuk penggunaan sesuai dengan yang tercantum pada aplikasi GoRide. Variabel harga dalam penelitian ini peneliti menggunakan empat indikator harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, harga sesuai dengan manfaat, dan daya saing harga.
2. Kualitas Pelayanan mengacu pada kemudahan, kenyamanan, dan keamanan yang diberikan pada GoRide. Dimensi kualitas pelayanan dalam penelitian ini terbagi menjadi lima yaitu realibilitas, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik.
3. Kepuasan Pelanggan adalah konfirmasi ekspektasi, niat menggunakan kembali, dan kesediaan merekomendasikan yang timbul setelah pelanggan menggunakan GoRide.

4. Loyalitas pelanggan merupakan wujud perilaku dari pembelian secara teratur, membeli diluar lini produk atau jasa, merekomendasikan produk lain, dan menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.

3.5. Metoda Analisis Data

3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif

3.5.1.1. Deskripsi Responden

Deskripsi responden digunakan untuk mengetahui jumlah responden yang telah dibagi sesuai karakteristik yang telah ditentukan yaitu berdasarkan karakteristik usia, jenis kelamin, dan status pekerjaan responden. Dimana deskripsi responden tersebut ditampilkan dalam bentuk tabel dan diagram lingkaran pada bab selanjutnya.

3.5.1.2. Deskripsi Jawaban Responden

Deskripsi jawaban responden digunakan untuk menganalisis jawaban responden terhadap variabel harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Analisis ini menggunakan analisis indeks persepsi. Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel, maka akan didasarkan pada nilai skor rata-rata (*indeks*) yang dikategorikan ke dalam rentang skor berdasarkan perhitungan *three box method* (Ferdinand, 2014:231).

Angka indeks yang dihasilkan menunjukkan skor 20 hingga 100, dengan rentang sebesar 80. Dengan menggunakan metode tiga kotak (*three box method*), maka rentang sebesar 80 dibagi menjadi 3 bagian, sehingga akan menghasilkan rentang masing masing bagian sebesar 27, dimana akan digunakan sebagai dasar interpretasi nilai indeks (Ferdinand, 2014:232), sebagai berikut:

20-46 : Rendah

47-73 : Sedang

74-100 : Tinggi

Dalam penelitian ini teknik skoring yang digunakan adalah dengan skor maksimal 5 dan skor minimal 1, maka perhitungan indeks jawaban responden menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Indeks} = [(\%F1 * 1) + (\%F2 * 2) + (\%F3 * 3) + (\%F4 * 4) + (\%F5 * 5)] / 5$$

Keterangan:

- F1 : Frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner.
- F2 : Frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner.
- F3 : Frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner.
- F4 : Frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner.
- F5 : Frekuensi responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner.

3.5.2. Analisis Jalur

Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*) yang merupakan salah satu teknik analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif. Analisis jalur merupakan pengembangan lebih lanjut dari analisis regresi berganda dan bivariat. Dalam analisis jalur, korelasi antara variabel dihubungkan dengan parameter dari model yang dinyatakan dengan diagram jalur (Ghozali, 2014:117).

Analisis jalur memiliki beberapa konsep dan istilah dasar sebagai berikut:

1. Model Jalur

Model jalur adalah suatu diagram yang menghubungkan antara variabel bebas, perantara dan tergantung. Pola hubungan ditunjukkan dengan menggunakan anak panah. Anak-anak panah tunggal yang menunjukkan hubungan sebab akibat antara variabel-variabel eksogen atau perantara dengan variabel tergantung atau lebih. Anak panah juga menghubungkan kesalahan (variabel residu) dengan semua variabel endogen masing-masing. Anak panah ganda menunjukkan korelasi antara pasangan variabel-variabel eksogen.

2. Variabel Eksogen

Variabel eksogen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Variabel eksogen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel eksogen disebut sebagai variabel independen (Sugiyono, 2018:57).

3. Variabel Endogen

Variabel endogen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuensi. Variabel endogen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel endogen disebut sebagai variabel dependen (Sugiyono, 2018:57).

4. Variabel Laten

Variabel laten adalah variabel yang tidak dapat diukur secara langsung kecuali dengan satu atau lebih variabel manifes. Variabel laten dapat berfungsi sebagai variabel eksogen maupun endogen. Cara untuk mengetahui apakah sebuah variabel dapat digolongkan menjadi variabel laten adalah dengan menguji apakah variabel tersebut dapat diukur secara langsung atau tidak langsung. Dengan kata lain, variabel manifes merupakan variabel yang kuantitatifnya diketahui secara langsung, apabila variabel tidak dapat diukur langsung, maka variabel tersebut dikategorikan sebagai variabel laten yang membutuhkan sejumlah variabel manifes (Singgih, 2011:7).

5. Variabel Mediasi

Variabel mediasi ialah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, tetapi tidak dapat diamati dan diukur (Sugiyono, 2018:59). Variabel mediasi sebagai penyela antara variabel eksogen dan endogen, sehingga variabel eksogen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel endogen. Menurut Sholihin dan Ratmono (2013:57) syarat efek mediasi yang dipenuhi oleh koefisien jalur yang signifikan mengenai mediasi antara lain:

1. Jika koefisien jalur dari hasil estimasi signifikan dan tidak berubah maka hipotesis mediasi tidak didukung.

2. Jika koefisien jalur pada variabel mediasi nilainya turun tetapi signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi sebagian (*partial mediation*).
3. Jika koefisien jalur pada variabel mediasi nilainya turun dan menjadi tidak signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi penuh (*full mediation*).

Data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini dikerjakan dengan bantuan komputer dan menggunakan *software WarpPls 6.0*. Data disajikan dalam bentuk tabel dan diagram. Tujuannya adalah agar *output* data dapat disajikan dengan ringkas. Alat analisis data yang digunakan adalah PLS (*Partial Least Square*). PLS merupakan analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas yaitu pengujian hipotesis dengan model prediksi. Tahapan dari analisis PLS pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Analisis *outer* model
2. Analisis *inner* model
3. Pengujian hipotesis

3.5.2.1. Analisis *Outer* Model

Model pengukuran atau *outer* model mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Variabel laten dapat diukur dengan indikator yang bersifat reflektif atau formatif. Perancangan *outer* model menentukan sifat indikator dari masing-masing variabel laten, apakah reflektif atau formatif. Berikut ini adalah uji pada *outer* model untuk evaluasi model reflektif (Ghozali, 2014:54), antara lain:

1. *Loading* Faktor

Nilai *loading* faktor adalah nilai *loading* faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai *loading* faktor harus diatas 0,70.

2. *Composite Reliability*

Composite reliability mengukur *internal consistency* dan nilainya harus diatas 0,60.

3. *Discriminant Validity*

Nilai akar kuadrat dari AVE harus lebih besar daripada nilai korelasi antar variabel laten.

4. *Cross Loading*

Merupakan ukuran lain dari validitas diskriminan. Diharapkan setiap blok indikator memiliki *loading* lebih tinggi untuk setiap laten yang diukur dibandingkan dengan indikator untuk laten variabel lainnya.

Uji *outer* model untuk evaluasi model formatif (Ghozali, 2014:72), yaitu:

1. Signifikansi Nilai *Weight*

Nilai estimasi untuk model pengukuran formatif harus signifikan. Tingkat signifikan ini dinilai dengan prosedur *bootstrapping*.

2. Multikolinearitas

Variabel *manifest* dalam blok harus diuji apakah terdapat multikolinearitas. Nilai *variance inflation factor* (VIF) dapat digunakan untuk menguji hal ini. Nilai VIF diatas 10 mengidentifikasi terdapat multikol.

3.5.2.2. Analisis *Inner* Model

Inner model dikenal sebagai analisa model struktural yang menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan *substantive theory* (Ghozali, 2014:41). Evaluasi *inner* model dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi:

1. Uji kecocokan model (model *fit*)

Uji model fit ini digunakan untuk mengetahui suatu model memiliki kecocokan dengan data. Pada uji kecocokan model ini terdapat tiga indeks pengujian, yaitu *average path coefficient* (APC), *average R-squared* (ARS) dan *average variance inflation factor* (AVIF), APC dan ARS diterima dengan syarat *p-value* < 0,50 dan AVIF lebih kecil dari 5.

2. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Hasil R^2 sebesar 0,67, 0,33, 0,19 mengindikasikan bahwa model baik, moderat dan lemah (Ghozali, 2014:76).

3. Q-square

Model dievaluasi juga dengan melihat Q-square prediktif relevansi untuk model konstruktif Q-square mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Besaran Q^2 memiliki nilai dengan rentang $0 < Q^2 < 1$, dimana semakin mendekati 1 berarti model semakin baik. Besaran Q^2 ini setara dengan koefisien determinasi total pada analisis jalur (*path analysis*). Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan model memiliki prediktif relevansi, sebaliknya jika nilai $Q^2 \leq 0$ menunjukkan model kurang memiliki prediktif relevansi. Perhitungan Q^2 total dilakukan dengan rumus:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2) (1 - R_2) \dots \dots \dots \text{(Chin, 1998:43)}$$

3.5.2.3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Pengujian ini dilakukan dengan analisis jalur (*path analysis*) atau model yang telah dibuat. Hasil korelasi antar konstruksi diukur dengan melihat *path coefficients* dan tingkat signifikansinya yang kemudian dibandingkan dengan hipotesis penelitian. Untuk melihat hasil uji hipotesis secara simultan. *Path coefficient* digunakan untuk melihat pengaruh antar variabel.

Hipotesis dapat diterima atau ditolak, secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikansinya, tingkat signifikan yang dipakai dalam penelitian ini sebesar 5% dengan tingkat kepercayaan 0,05 untuk. *P value* atau probabilitas *value* (nilai probabilitas/nilai peluang) yaitu, nilai yang menunjukkan peluang untuk sebuah data untuk digeneralisasikan dalam populasi yaitu keputusan yang benar 95% dan kemungkinan keputusan yang salah sebesar 5%. Hipotesis terdiri dari (Sugiyono, 2018:105):

1. Ho = Hipotesis nol

Hipotesis nol adalah pernyataan tidak adanya perbedaan antara parameter dan statistik (data sampel).

2. Ha = Hipotesis alternatif

Hipotesis alternatif yang menyatakan adanya perbedaan antara parameter dan statistik (data sampel).

Dasar pengambilan keputusan (Sugiyono, 2018:106), yaitu:

Jika $p\text{-value} \geq 0,05$, maka H_0 ditolak, dan;

Jika $p\text{-value} < 0,05$, maka H_0 diterima.

Adapun hipotesis yang diuji statistik dalam penelitian sebagai berikut:

1. H_0 : Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan.
 H_a : Harga berpengaruh terhadap kepuasan.
2. H_0 : Harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas.
 H_a : Harga berpengaruh terhadap loyalitas.
3. H_0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan.
 H_a : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan.
4. H_0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas.
 H_a : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas.
5. H_0 : Kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas.
 H_a : Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas.
6. H_0 : Kepuasan tidak memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas.
 H_a : Kepuasan memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas.
7. H_0 : Kepuasan tidak memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas.
 H_a : Kepuasan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas.