

## **BAB III METODA PENELITIAN**

### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi yang digunakan dalam metode ini yaitu statistik deskriptif dibagi dalam dua bagian. Pertama, pembahasan statistik deskriptif dilakukan untuk menjelaskan dan menggambarkan berbagai karakteristik responden secara keseluruhan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan. Kedua, pembahasan deskriptif juga dilakukan untuk mengetahui sebaran jawaban responden dan seberapa jauh variasi jawaban responden dari setiap variabel penelitian ini. Strategi ini dipilih karena untuk mengetahui kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian gojek.

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

#### **3.2.1 Populasi penelitian**

Menurut Sugiyono (2013:61) menyatakan bahwa 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. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di kota Bekasi yang menggunakan jasa Gojek yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

#### **3.2.2 Sampel penelitian**

Dikarenakan jumlah populasinya banyak dan tersebar luas, serta keterbatasan waktu yang peneliti miliki, maka peneliti akan menentukan sampel sebagai objek penelitian. Menurut Sugiyono (2017:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive Sampling*. menurut Sugiyono (2008:122) *purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini karakteristik yang diajukan peneliti sebagai sampel adalah semua orang yang menggunakan jasa gojek di Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner untuk menentukan jumlah respondennya, dimana peneliti menyebarkan kuesioner secara langsung menggunakan angket dan tidak langsung melalui googleform dengan cara

menyebarkan link ke grup melalui whatsapp seperti grup warga RT, grup warga harapan indah dan grup teman sekolah di Kota Bekasi. Dalam menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Rao Purba :

$$n = \frac{z^2}{4(Moe)z^2}$$

keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = 1,96 score pada tingkat signifikan tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%)

Moe = Margin of error, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

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

$$n = 96,04 \approx 96 \text{ sampel}$$

Atas dasar perhitungan diatas, maka sampel penelitian ini minimal adalah 96 responden yang menggunakan jasa gojek di Kota Bekasi. Peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden sesuai dengan jumlah kuesioner yang kembali kepada peneliti dan lengkap terisi sehingga layak untuk di olah.

### 3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

Sugiyono (2013:224) Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data primer.

Dari penjelasan tersebut maka dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah Metode Pustaka (*Library*) dan Metode Penelitian Lapangan (*field research*) :

1. Metode Pustaka (*Library*)

Dalam hal ini penulis juga melakukan studi pustaka dengan cara mempelajari buku-buku yang ada di perpustakaan dan membaca dari berbagai sumber seperti internet yang berisi teori sebagai referensi yang berhubungan dengan tema atau penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.

2. **Metode Penelitian Lapangan (*field research*)**

merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dari responden. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan yang berbagai macam kuesioner mengenai variabel yang diteliti yaitu kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian. Kuesioner dapat berupa *online*. Kuesioner disebarkan kepada para pengguna jasa gojek. Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*, Menurut Siregar (2016:138) skala *likert* adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Adapun bobot skor adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1 Skor jawaban responden menggunakan skala *likert***

<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3. **Operasional Variabel**

Menurut Sugiyono (2017:38) mengemukakan bahwa variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.

Untuk memperoleh hasil data penelitian, maka dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. berikut adalah kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 3.2 Operasional Variabel**

Variabel	Indikator	Pernyataan
Kualitas Pelayanan (X1)	Berwujud	(1) <i>Driver</i> memberikan perlengkapan keamanan berkendara seperti helm dan masker untuk digunakan oleh pelanggan. (X1.1.1)
		(2) <i>Driver</i> menggunakan berupa jaket perusahaan berwarna hijau dengan logo Gojek sebagai identitas. (X1.1.2)
		(3) <i>Driver</i> menggunakan sepeda motor yang layak jalan. (X1.1.3)
Keandalan		(1) <i>Driver</i> menggunakan tarif sesuai dengan harga yang tertera di aplikasi GoJek. (X1.2.1)
		(2) Perusahaan Gojek menyediakan kemudahan dalam melakukan pemesanan. (X1.2.2)
		(3) <i>Driver</i> memberikan pelayanan selama 24 jam. (X1.2.3)
Daya Tanggap		(1) <i>Driver</i> segera datang setelah pelanggan melakukan pemesanan melalui aplikasi. (X1.3.1)
		(2) <i>Driver</i> memberikan konfirmasi pesanan pelanggan secara cepat dengan menelpon atau <i>chat</i> pelanggan guna memastikan. (X1.3.2)

Jaminan	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) <i>Driver</i> mempunyai pengetahuan informasi jalan/alamat yang akan dituju oleh pelanggan. (X1.4.1)</li> <li>(2) Perusahaan gojek memberikan pelayanan <i>customer service</i> yang tersedia pada aplikasi. (X1.4.2)</li> <li>(3) <i>Driver</i> terampil saat mengemudikan kendaraan sepeda motor. (X1.4.3)</li> </ul>
Empati	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) <i>Driver</i> membantu pelanggan saat akan menaiki sepeda motor. (X1.5.1)</li> <li>(2) <i>Driver</i> memberikan rasa aman kepada pelanggan. (X1.5.2)</li> <li>(3) <i>Driver</i> membantu pelanggan untuk mengangkat atau menaikkan barang ke sepeda motor. (X1.5.3)</li> </ul>
Persepsi Harga (X2)	<p data-bbox="571 1115 727 1283">Kesesuaian harga yang didapatkan (X2.1)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) Perusahaan Gojek memberikan harga/tarif sesuai dengan manfaat yang didapat oleh pelanggan. (X2.1.1)</li> </ul>
Jangkauan harga dengan daya beli pelanggan (X2.2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) Tarif Gojek dapat dijangkau oleh pelanggan. (X2.2.1)</li> </ul>

	Persepsi harga dengan kualitas pelayanan (X2.3)	(1) Harga Gojek sesuai dengan fasilitas keselamatan yang di sediakan untuk pelanggan (X2.3.1)
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan Dengan harga/tariff telah dibayarkan (Y.1)	(1) Saya merasa pelayanan yang diberikan oleh <i>driver</i> sesuai dengan harga/tarif yang telah dibayarkan. (Y.1.1)
	Kepuasan penumpang akan pelayanan yang diberikan (Y.2)	(1) Saya merasa puas pelayanan yang diberikan oleh <i>driver</i> . (Y.2.1)
	Kesesuaian pelayanan dengan yang diharapkan (Y.3)	(1) Saya merasa pelayanan yang diberikan <i>driver</i> sesuai dengan apa yang diharapkan. (Y.3.1)

Keputusan Pembelian (Z)	Kepuasan pelanggan dengan pembelian ulang (Z.1)	(1)	Saya memutuskan untuk membeli GoJek setelah membandingkan dengan ojek online yang lain. (Z.1.1)
		(2)	Saya akan melakukan pembelian jasa GoJek secara terus-menerus atau berulang-ulang. (Z.2.1)

---

Sumber: Nafisa Choirul Mar'ati (2018)

### 3.5. Metode Analisa Data

suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama adalah masalah yang tentang sebuah penelitian.

Umumnya teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara acak, teknik pengumpulan data menggunakan instrumen metode penelitian kuantitatif, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan (Sugiyono, 2012: 7).

#### 3.5.1. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Square* (PLS) menggunakan *software SmartPLS* versi 3. PLS adalah salah satu metode penyelesaian Struktural Equation Modeling (SEM) yang dalam hal ini lebih dibandingkan dengan teknik-teknik SEM lainnya. SEM memiliki tingkat fleksibilitas yang lebih tinggi pada penelitian yang menghubungkan antara teori dan data, serta mampu melakukan analisis jalur (*path*) dengan variabel laten sehingga sering digunakan oleh peneliti yang berfokus pada ilmu sosial. *Partial Least Square* (PLS) merupakan metode analisis yang cukup kuat karena tidak didasarkan pada banyak asumsi. Data juga tidak harus berdistribusi normal multivariate (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval sampai ratio dapat digunakan pada model yang sama), sampel tidak harus besar (Gozali, 2012).

*Partial Least Square* (PLS) selain dapat mengkonfirmasi teori, namun juga untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. Selain itu PLS

juga digunakan untuk mengkonfirmasi teori, sehingga dalam penelitian yang berbasis prediksi PLS lebih cocok untuk menganalisis data. Partial Least Square (PLS) juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. *Partial Least Square* (PLS) dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator refleksif dan formatif. Hal ini tidak dapat dilakukan oleh SEM yang berbasis kovarian karena akan menjadi *unidentified* model. Pemilihan metode *Partial Least Square* (PLS) didasarkan pada pertimbangan bahwa dalam penelitian ini terdapat 4 variabel laten yang dibentuk dengan indikator refleksif dan variabel diukur dengan pendekatan refleksif *second order factor*. Model refleksif mengasumsikan bahwa konstruk atau variabel laten mempengaruhi indikator, dimana arah hubungan kausalitas dari konstruk ke indikator atau manifest (Ghozali, 2012) sehingga diperlukan konfirmasi atas hubungan antar variabel laten.

Pendekatan untuk menganalisis *second order factor* adalah menggunakan *repeated indicators approach* atau juga dikenal dengan *hierarchical component* model. Walaupun pendekatan ini mengulang jumlah variabel manifest atau indikator, namun demikian pendekatan ini memiliki keuntungan karena model ini dapat diestimasi dengan algoritma standar PLS (Ghozali, 2012).

### **3.5.2. Model Pengukuran atau Outer Model**

#### **3.5.2.1. Uji Validitas**

Uji validitas didefinisikan sebagai rangkaian untuk mengetahui nilai dari setiap pernyataan. Kuesioner akan diketahui apabila dikatakan valid jika pertanyaan kuesioner tersebut mampu mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas diterapkan terhadap seluruh item pertanyaan yang ada pada setiap variabel. Terdapat beberapa tahap pengujian yang akan dilakukan yaitu melalui Uji validitas *convergent validity*, *average variance extracted* (AVE), dan *discriminant validity*.

##### **a) Content Validity**

Validitas kuesioner dapat diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang telah dipakai oleh para peneliti. Kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini merupakan hasil studi literatur dengan modifikasi seperlunya untuk menghindari kecenderungan responden terhadap preferensi tertentu.

**b) Convergent Validity**

*Convergent validity* dari model pengukuran dengan model reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item *score / component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur (Hartono dan Abdillah, 2014:61).

**c) Average Variance Extrated (AVE)**

Pengukuran Uji ini dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas component score variabel laten dan hasilnya lebih konservatif dibandingkan dengan composite reliability. Direkomendasikan nilai AVE harus lebih besar 0,50 (Ghozali, 2014:40).

**d) Discriminant Validity**

Validitas diskriminan dievaluasi dengan menggunakan tabel cross loading. Kriteria Sem-PLS menyatakan bawah korelasi jika variabel laten dengan setiap itemnya (variabel manifest) lebih besar daripada korelasi dengan variabel laten lainnya, maka variabel laten tersebut dapat memprediksi itemnya dengan baik dibandingkan dengan variabel laten lainnya (Ringle, Rigdon, & Sarstedt, 2018). Berdasarkan hasil pengujian, keseluruhan item yang mengukur variabel menghasilkan nilai yang lebih besar dibandingkan dengan nilai pada variabel lainnya. Dengan demikian, masing-masing item dinilai mampu mengukur variabel laten yang bersesuaian dengan item tersebut.

**3.5.2.2. Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur konsep atau dapat juga digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab instrumen. Instrumen dikatakan andal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan metode *composite reliability* dan *cronbach's alpha* (Hartono dan Abdillah, 2014:62). Cronbach's alpha mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk. *Rule of thumb* nilai *alpha* atau *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7, meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima (Hartono dan Abdillah, 2014:62).

### **3.5.3. Model Struktural atau Inner Model**

Menilai model struktural dengan PLS dimulai dengan melihat nilai *R-squares* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi model struktural (Ghozali,2012). Perubahan nilai *R-squares* dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten endogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang substansif. Nilai *R-squares* 0,75; 0,50; dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa nilai kuat, moderate dan lemah.

### **3.5.4. Pengujian Hipotesis**

Dalam melakukan pengujian hipotesis menggunakan model *Structural equation* modelling (SEM) dengan *SmartPLS*. Analisis hubungan diukur dengan menghitung nilai *path coefficients* untuk masing-masing jalur (*path analysis*). Selain itu, menilai model struktural juga dilakukan dengan melihat signifikan untuk mengetahui antar variabel melalui prosedur *bootsrapping* (Ghozali,2012). Pada penelitian ini, nilai signifikan yang digunakan (*two tailed*) t-value adalah 1,96 (*signifinance level = 5%*).