

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan menggunakan metode survey. Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yakni strategi penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2018:51). Untuk memperoleh informasi dan data peneliti harus berkomunikasi atau menanyakan pendapat responden atas pernyataan yang tercantum dalam kuesioner.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018 : 15) Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menggambarkan hipotesis yang telah ditetapkan.

Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, dalam penelitian ini strategi asosiatif hubungan kausal digunakan untuk menganalisis Pengaruh *E-Service Quality*, *E-trust*, *E-satisfaction* terhadap *E-Loyalty* pada konsumen Go-Jek

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudia ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:130). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna dari aplikasi Go-Jek di Indonesia.

3.2.2. Sample Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Menurut Sugiyono (2018:131). Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel yang menggunakan kriteria tertentu (Sugiyono, 2018:138). Kriteria sampel dalam penelitian ini pelanggan yang pernah menggunakan aplikasi Go-Jek.

karena jumlah populasi tidak diketahui, maka jumlah sampel minimal ditentukan dengan rumus (Sujarweni, 2015:155):

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

Keterangan :

n = Sample

Z= Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 10%=1,96.

Moe = Tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan sebesar 10% atau 0,10.

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

$$n = 96,04$$

$$n = 97$$

Dengan ini, sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 97 orang yang pernah menggunakan aplikasi Go-Jek di Indonesia.

3.3. Data dan Metode Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui survey. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018:213). Data primer tersebut dikumpulkan melalui kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberikan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengambilan data digunakan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu pengguna aplikasi Go-Jek secara online dengan menggunakan *google form* agar memungkinkan responden mengisi kuesioner dengan cepat dan efisien. Pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala *likert*, skala yang digunakan, sakala yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Dengan sakala *likert*, maka variabel yang akan digunakan akan diukur menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut akan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berubah pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi yang sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata berikut (Sugiono, 2018:152):

Tabel 3.1. Penilaian Skala Likert

No.	Pernyataan	Kode	Penilaian
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Ragu – Ragu	RR	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2018:152)

3.4. Operasional Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:55). Variabel yang diukur, dijabarkan kedalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner. Indikator-indikator yang digunakan untuk penyusunan kesioner penelitian secara rinci dapat dilihat pada table dibawah ini:

1. Aplikasi Go-Jek lebih sering digunakan oleh pelanggannya karena menunjukkan bahwa Go-Jek memberikan pelayanan yang baik dalam penggunaannya oleh penggunanya. Untuk mengukur *E-service quality* penelitian ini menggunakan indikator diantaranya Efficiency, Reliabilitas, Fulfillment, Privacy, Responsiveness, Compensation, Contact.
2. Keamanan yang diberikan aplikasi Go-Jek kepada para pengguna aplikasinya menunjukkan Go-Jek sangat mementingkan keamanan para penggunanya. Untuk mengukur *E-trust* penelitian ini menggunakan indikator diantara *Ability, Benevolence, Integrity*.
3. Kepuasan adalah perasaan pelanggan dari kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan setelah penggunaan aplikasi Go-Jek. Untuk mengukur *E-satisfaction* penelitian ini menggunakan indikator diantaranya *Expectations, Performance, Comparison, Confirmation* dan *Disconfirmation*.
4. Loyalitas pelanggan merupakan suatu perilaku pelanggan yang ditujukan kepada pemakaian berulang dan merekomendasikan penggunaan aplikasi Go-Jek kepada temannya. Untuk mengukur *E-loyalty* penelitian ini menggunakan indikator diantaranya *Say positive thing, Recommend friends, Continue purchasing*.

Tabel 3. 2. Sub Indikator, Indikator, dan Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Sub-Indikator	Kode
<i>E-service quality</i>	<i>Efficiency</i>	Kemudahan Penggunaan	SQ1
	<i>Reliabilitas</i>	Berfungsi dengan baik	SQ2
	<i>Fulfillment</i>	Ketersediaan layanan	SQ3
	<i>Privacy</i>	Keamanan data pengguna	SQ4

Tabel 3.2. Sub Indikator, Indikator, dan Variabel Penelitian (Lanjutan)

Variabel	Indikator	Sub-Indikator	Kode
<i>E-trust</i>	<i>Ability</i>	Kemampuan menyediakan dan melayani	ET1
	<i>Benevolence</i>	Memberikan informasi yang menguntungkan	ET2
	<i>Integrity</i>	Informasi yang sesuai	ET3
<i>E-satisfaction</i>	<i>Expectations</i>	Kemampuan menyediakan layanan	ES1
	<i>Perfomance</i>	Kesesuaian Informasi layanan	ES2
	<i>Comparison</i>	Dibandingkan dengan yang lain	ES3
	<i>Experience</i>	Kepuasan dalam penggunaan	
	<i>Confirmation dan Disconfirmation</i>	Konfirmasi pelayanan sesuai dengan harapan	ES4
<i>E-loyalty</i>	<i>Say positive thing</i>	Penyampaian dalam bentuk kata secara positif	EL1
	<i>Recommend friends</i>	Merekomendasikan kepada teman	EL2
	<i>Continue purchasing</i>	Menggunakan ulang terus-menerus	EL3

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 *reliability* (tingkat keandalan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan (Sugiyono, 2017:125).

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2018:147). Deskripsi responden digunakan untuk mengetahui jumlah responden yang telah dibagi sesuai karakteristik yang telah ditentukan berdasarkan karakteristik demografi (usia, jenis kelamin, pekerjaan) dan berdasarkan karakteristik responden yaitu jenis produk yang dibeli.

3.5.2. Analisis Deskripsi Responden

Deskripsi Variabel digunakan untuk mengetahui jawaban dari responden terhadap variabel *E-Service Quality*, *E-trust*, *E-satisfaction* dan *E-Loyalty*. Untuk menghasilkan kecenderungan jawaban responden terhadap setiap variabel, maka didasarkan pada nilai skor rata-rata atau nilai indeks kemudian dikategorikan ke dalam rentang skor berdasarkan perhitungan three box method (Ferdinand, 2014:231). Angka indeks menunjukkan skor 20 hingga 100 dengan rentang sebesar 80. Dengan menggunakan kriteria tiga kotak atau three box method, maka rentang sebesar 80 dibagi menjadi 3 bagian, sehingga rentang untuk setiap bagian sebesar 26, kemudian rentang tersebut dapat digunakan sebagai daftar interpretasi indeks berikut:

20 – 46 = Rendah

47 – 73 = Sedang

74 – 100 = Tinggi

Teknik skoring dalam penelitian ini menggunakan skor maksimal 5 dan skor minimal 1, sehingga perhitungan indeks jawaban responden adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Ferdinand, 2014:231):

$$\text{Nilai Indeks} = [(\%F1*1) + (\%F2*2) + (\%F3*3) + (\%F4*4) + (\%F5*5)]/5 \dots (3.3)$$

Keterangan:

F1 : Frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F2 : Frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F3 : Frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F4 : Frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F5 : Frekuensi responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

3.5.3. Analisis Regresi Berganda

Pengaruh secara simultan antara variabel X_1 (*E-Service Quality*) dan X_2 (*E-trust*) dan X_3 (*E-satisfaction*) terhadap Y (*E-Loyalty*) dapat dituliskan dengan persamaan berikut (Sugiyono, 2018:188):

$$f(YX1 + YX2 + e)$$

Dipedisikan dengan model $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$

Keterangan :

a = Konstanta

b_{1x1} = Koefisien regresi variabel x_1

b_{2x2} = Koefisien regresi variabel x_2

X_1 = Variabel *E-Service Quality*

- X2 = Variabel *E-trust*
 X3 = Variabel *E-satisfaction*
 Y = Variabel *E-loyalty*
 e = error

3.5.4. Analisis Kualitas Data

A. Validitas

Uji Validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subyek penelitian (Sugiyono, 2018:267). Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji validitas pada setiap pertanyaan apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$) maka instrument itu dianggap tidak valid dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument dianggap tidak valid. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

B. Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan (Sugiyono, 2018:268). Data yang tidak reliabel, tidak dapat di proses lebih lanjut karena akan menghasilkan kesimpulan yang bias, suatu alat ukur yang dinilai reliabel jika pengukuran tersebut menunjukkan hasil-hasil yang konsisten dari waktu ke waktu.

- a. Jika nilai cronbach alpha $\alpha > 0,6$ maka reliabel.
- b. Jika nilai cronbach alpha $\alpha < 0,6$ maka tidak reliabel.

3.5.5. Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018:97) Analisis koefisien determinasi (R^2) adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti

kemampuan variabel-variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menerangkan variasi variabel dependen.

A. Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh dari salah satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu (Gujarati, 2012:172) :

$$KD = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan :

β = Beta (nilai standardized coefficients)

Zero Order = Matrix korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila :

Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap Y, lemah

Kd = 1, berarti pengaruh variabel X terhadap Y, kuat

B. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh X1 (*E-service quality*), X2 (*E-trust*), X3 (*E-satisfaction*) terhadap variabel Y (*E-loyalty*). Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi, maka dapat dihitung koefisien determinasi. Koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus (Sugiyono, 2018:292):

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Kuadrat koefisien korelasi berganda

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

1. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat lemah
2. Jika Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat kuat

3.5.6. Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan suatu hal yang sering dituntut untuk melakukan pengecekan. Hipotesis statistik adalah h perumusan hipotesis penelitian menjadi hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) yang selalu berpasangan. Apabila salah satu ditolak, maka yang lain pasti diterima, sehingga keputusan yang tegas, yaitu kalau H_0 ditolak maka H_a diterima, dan sebaliknya. Hipotesis statistik dinyatakan simbol-simbol (Sugiyono, 2017:87). Uji hipotesis disajikan dalam bentuk tabel dan angka metode statistik, uji signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial menggunakan uji t dan secara simultan menggunakan uji F adalah sebagai berikut:

1. Uji Parsial

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun langkah-langkah yang dilakukan adalah :

- A. Pengaruh *E-service quality*, *E-trust*, dan *E-satisfaction* terhadap *E-loyalty* pada pengguna Aplikasi Go-Jek

$H_0 : R^{1,2} = 0$: persepsi *E-service quality*, *E-trust*, dan *E-satisfaction* tidak berpengaruh terhadap *E-loyalty* terhadap pengguna aplikasi Go-Jek

$H_a : R^{1,2} \neq 0$: persepsi *E-service quality*, *E-trust*, dan *E-satisfaction* berpengaruh terhadap *E-loyalty* terhadap pengguna aplikasi Go-Jek

2. Uji Goodness of Fit

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah model yang ada layak menjadi estimator bagi variabel dependen.

A. Perumusan Hipotesis

$H_0 : \beta X_1 X_2 \cdot Y = 0$: (Model yang ada tidak layak menjadi estimator bagi *E-loyalty* pengguna aplikasi Go-Jek.)

$H_a : R^{1,2 \text{ adj}} \neq 0$: (Model yang ada layak menjadi estimator bagi *E-loyalty* pengguna aplikasi Go-Jek.)

Kriteria uji F yang digunakan sebagai berikut :

A. H_0 ditolak : $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$.

B. H_0 diterima : $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$.

Atau

A. H_0 ditolak : $\text{sig} < \alpha$

B. H_0 diterima : $\text{sig} > \alpha$