

BAB III

MEDOTE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi dalam penelitian ini dilakukan pada citra merek, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta memberikan dampak terhadap minat dalam penggunaan ulang pada pengguna jasa Grab. Objek penelitian ini adalah para masyarakat yang telah menggunakan Grab sebagai pilihan jasa transportasi. Penelitian ini dilakukan terhadap Grab yang berdomisili di Kecamatan Gambir Jakarta Pusat.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survey, yang dimana penelitian membagikan kuesioner untuk menggunakan data, peneliti data apa adanya, menganalisis, dan menafsirkan data – data tersebut.

3.2 Populasi Dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan pada peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:55). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan pengguna transportasi ojek *online* Grab di Kecamatan Gambir Jakarta Pusat.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul – betul representatif (mewakili). Menurut Sugiyono (2017:85) *Purposive Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini untuk penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu dimaksud dalam pemilihan responden memiliki ciri – ciri tertentu yang erat dengan populasi, yaitu :

Konsumen yang pernah menggunakan jasa transportasi ojek *online* Grab di Kecamatan Gambir Jakarta Pusat.

Jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus MOE dengan rumus perhitungan.

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

Keterangan:

N = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%

Moe = *Margin of error* yaitu tingkat kesalahan maksimum yang dapat di toleransi, ditentukan 10%

Berdasarkan rumus diatas maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

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

$$n = 96,04$$

Dari hasil perhitungan rumus diatas, maka diperoleh jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 97 responden.

3.3 Data Dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data Peneliatian

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian secara langsung dari sumbernya. Metode ini digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012).

Responden yang dimaksud adalah responden yang pernah menggunakan jasa Grab minimal satu kali.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2012:141) mendefinisikan data sekunder adalah sebagai berikut: “Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literature buku – buku, serta dokumen perusahaan”.

Penelitian ini meliputi penggalian semua bahan tertulis berupa data (ilmu kepustakaan), berupa buku kuliah, literatur, internet, dan sumber tertulis lainnya yang dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan judul penelitian.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data survei (kuesioner). Kuesioner adalah cara mengumpulkan data dengan menjawab serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden.

Mekanisme pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner secara *online* (melalui *Google Docs*) kepada para responden. Menurut Ghazali (2016:47) skala yang sering dipakai dalam penyusunan *Questionnaire* adalah skala *Likert*, yaitu skala yang berisi lima tingkat refensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Metode Pengumpulan Data

No	Jenis Jawaban	Bobot
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Ragu – Ragu	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

3.4 Operasional Variabel

1. Variabel Dependen (Y)

Dalam penelitian ini menggunakan variabel dependen yang merupakan suatu kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan di dalam penelitian ini bisa diartikan sebagai respon pelanggan yang dirasakan harapan dengan kinerja Grab. Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan tiga indikator dari Consuegra yang meliputi: kesesuaian harapan, persepsi kinerja, dan penilaian pelanggan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert.

2. Variabel Independen (X)

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari:

a) Kualitas Pelayanan (X_1)

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan untuk menyeimbangkan harapan pelanggan dengan respon emosional kebahagiaan dan kekecewaan, yang ditentukan oleh hubungan antara harapan dan kenyataan, dan ketepatan penyampaian. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur dengan lima indikator dari Harfika dan Abdullah yang meliputi: *tangibles*, *reability*, *responsivenss*, *assurance*, *empathy*. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert*. Pengukuran kualitas pelayanan menggunakan 10 item pertanyaan.

b) Persepsi Harga (X_2)

Persepsi harga adalah jumlah yang diperlukan untuk memperoleh kombinasi produk dan layanan terkait (yang dapat ditimbang oleh beberapa produk). Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel persepsi harga adalah: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian

Varaibel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Citra Merek (X_1) <i>Keller (2013)</i>	Kekuatan (<i>Stenghness</i>)	Saya merasa banyak keunggulan Grab yang tidak dimiliki oleh transportasi online lainnya	1
		Saya merasa Grab adalah transportasi online yang dikenal oleh	2

Varaibel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
	Keunikan (<i>Uniqueness</i>)	masyarakat	
		Grab memiliki keunikan pada fitur yang sangat sulit ditemukan di produk pesaing lainnya	3
		Aplikasi Grab dapat diakses dimana saja	4
	Kesukaan (<i>Favorable</i>)	Grab memberikan banyak promo kepada pelanggan	5
		Grab memiliki keunggulan fitur grab now yang tidak dimiliki oleh pesaing lainnya	6
Harga (X ₂) <i>Kotler & Armstrong</i> (2012)	Keterjangkauan Harga	Harga produk yang ditawarkan Grab terjangkau oleh konsumen	1
		Harga produk Grab yang rendah membuat konsumen merasa puas	2
	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	Grab menyediakan produk-produk	3

Varaibel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
		dengan kualitas baik tapi dengan harga yang murah	
		Harga yang ditawarkan Grab sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan	4
	Daya Saing Harga	Harga produk yang ditawarkan Grab memiliki persamaan dengan harga yang ditawarkan transportasi online lainnya	5
		Harga produk yang ditawarkan oleh Grab cenderung rendah	6
	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	Harga yang ditawarkan oleh Grab sebanding dengan manfaat yang dirasakan konsumen	7
		Harga produk yang ada di Grab wajar	8

Varaibel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
		dibandingkan dengan hasil yang didapatkan oleh konsumen	
Kualitas Pelayanan (X ₃) <i>Harfika & Abdullah (2017)</i>	Keandalan (<i>Reliability</i>)	Grab sigap dalam melayani konsumen	1
		Grab dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen	2
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Grab tanggap dalam menjelaskan produk yang tidak diketahui oleh konsumen	3
		Grab menginformasikan atau menawarkan promo-promo yang ada di Grab	4
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Saya merasa aman dan nyaman dalam menggunakan Grab	5
		Grab membantu konsumen dalam	6

Varaibel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
	Empati (<i>Empathy</i>)	memenuhi semua kebutuhannya	
		Grab selalu melayani konsumen dengan ramah dan senyuman	7
		Grab selalu menerima masukan atau kritikan yang diberikan oleh konsumen	8
	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	Grab selalu menggunakan kelengkapan keamanan saat berkendara	9
		Produk - produk yang ditawarkan Grab lengkap	10
	Kepuasan Pelanggan (Y) Pratiwi (2014)	Kesesuaian Harapan	Grab dapat memberikan layanan jasa yang sesuai dengan harapan konsumen
Produk- produk yang disediakan oleh Grab sesuai			2

Varaibel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
		dengan kebutuhan konsumen	
	Persepsi Kinerja	Grab memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen	3
		Grab memberikan kemudahan pada pembayaran transaksi konsumen	4
	Penilaian Pelanggan	Pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik dibanding jasa lainnya	5
		Grab memberikan fitur penilaian terhadap driver Grab	6

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Pengelolaan Data

Data yang dikumpulkan dari survei ditabulasi dan diproses menggunakan program SPSS (*Software Products and Services Solutions*). Untuk menghasilkan output tersebut dilakukan analisis statistik berupa koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Data yang dihasilkan ditampilkan dalam format tabel. Tujuannya agar data lebih mudah dibaca dan dipahami.

3.5.2 Uji Validasi Instrumen

Uji Validasi Instrumen menurut Sugiyono (2017:183) digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya alat ukur tersebut. Valid atau tidaknya alat ukur yang akan diuji dengan mengkorelasikan antara skor total yang didapat dari penjumlahan semua skor pertanyaan dengan melakukan analisis faktor dengan menggunakan menggunakan metode korelasi bobot faktor.

Uji instrument dilakukan untuk melihat apakah peralatan yang dibuat benar-benar memberikan hasil yang baik. Hal ini dikarenakan kualitas peralatan mempengaruhi kebenaran data dan menentukan kualitas hasil penelitian. Pengujian peralatan dimaksudkan untuk menentukan verifikasi dan keandalan peralatan untuk menentukan apakah peralatan tersebut cocok untuk akuisisi data. Berikut langkah-langkah yang harus dilakukan untuk menguji validitas:

- a. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur. Jadi, untuk menguji validasi suatu konsep, tahap awal yang harus dilakukan adalah menjabarkan konsep dalam suatu definisi operasional.
- b. Melakukan uji coba terhadap beberapa responden. Uji coba ini minimal dilakukan terhadap 50 orang.
- c. Mempersiapkan table tebulasi jawaban.
- d. Menghitung nilai korelasi antara masing – masing skor butir jawaban dengan skor total butir jawaban. Apabila nilai r_{tabel} lebih besar dari nilai r_{hitung} maka data tersebut dikatakan *valid*.

$$r_{hitung} = \frac{N\sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{N\sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\}\{N\sum Yi^2 - (N\sum Yi)^2\}}}$$

Keterangan :

- r_{hitung} = Koefisien validasi butir pertanyaan
 n = Jumlah sampel (responden)
 X = Skor yang diperoleh dari subyek seluruh item
 Y = Skor yang diperoleh dari seluruh item

3.5.3 Uji Reliabilitas Instrumen

Menurut Sugiyono (2017:83) uji reabilitas digunakan untuk mengetahui apakah jawaban yang diberikan dapat diandalkan atau hasil pengukuran konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau berulang terhadap obyek dan alat pengukuran yang sama. Teknik pengukuran reabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Lebih lanjut Sugiyono mengemukakan instrument penelitian dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* sebagai berikut:

Apabila suatu alat pengukuran telah dinyatakan valid, langkah selanjutnya adalah mengukur reliabilitas instrumen. Reliabilitas adalah ukuran konsistensi instrumen ketika mengukur gejala yang sama pada kesempatan lain. Misalnya, jika Anda memiliki survei yang mengukur kepuasan pelanggan, dan Anda menggunakannya untuk mengukur kepuasan pelanggan di survei lain, hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan akan sama.

Setelah mengkonfirmasi validasi kuesioner, kami menguji reliabilitas kuesioner. Seperti disebutkan sebelumnya, keandalan adalah ukuran stabilitas pengukuran. Stabilitas di sini berarti kuesioner konsisten ketika digunakan untuk mengukur suatu konsep atau konfigurasi dari satu keadaan ke keadaan lainnya.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum si^2}{st} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas internal seluruh instrumen

S_i = Jumlah variabel skor tiap – tiap item

S_t = Varians total

K = Jumlah item

$\sum x_1^2$ = Total kuadrat item X_i

$(\sum x_1)^2$ = Total item X_i di kuadratkan

N = Jumlah responden

3.5.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini digunakan mengukur adanya pengaruh Citra Merek (X_1), Harga (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) Terhadap Kepuasan Pengguna Grab (Y). Dalam hal ini, dilakukan pengujian hipotesis terhadap koefisien korelasi (p) yang merupakan unsur utama pembentukan KD. Keputusan dari uji hipotesis hamper selalu dibuat berdasarkan pengujian hipotesis 0 (nol). Pengujian hipotesis dengan menggunakan regresi berganda yang dilakukan dengan program SPSS :

a. Uji t

Uji t digunakan menguji pengaruh variable independen secara parsial terhadap variable dependen. Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat keyakinan dengan ketentuan sebagai berikut :

Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi :

- 1) Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
- 2) Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian dirumuskan sebagai berikut :

Ho: $b = 0$, artinya terdapat pengaruh secara parsial citra merek, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha: $b \neq 0$, terdapat pengaruh secara parsial citra merek, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Uji Koefisien Determinasi R^2

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *adjusted R²* untuk mengukur seberapa besarnya kontribusi variable X terhadap variasi (naik turunnya) variable Y dalam menerangkan keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi antara nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan citra merek, harga dan kualitas pelayanan dalam menjelaskan kepuasan pengguna Grab sangat terbatas dan memberikan penjelasan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi kepuasan pengguna Grab.

Pemilihan *adjusted R²* tersebut karena adanya kelemahan mendasar pada pengguna koefisien determinasi R^2 . Kelemahannya adalah bias terhadap jumlah variable independen yang dimasukkan dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen maka R^2 pasti meningkat, tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui presentase besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

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

- a. KD parsial X_1 terhadap Y (X_2 dan X_3 konstan)

$$KD_{1.23} = rY_{1.23}^2 \times 100\%$$

- b. KD parsial X_2 terhadap Y (X_1 dan X_3 konstan)

$$KD_{2.13} = rY_{2.13}^2 \times 100\%$$

- c. KD parsial X_3 terhadap Y (X_1 dan X_2 konstan)

$$KD_{3.12} = rY_{3.12}^2 \times 100\%$$

- d. KD berganda X_1, X_2 dan X_3 terhadap Y

$$KD_{123} = rY_{123}^2 \times 100\%$$