

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya adalah metode ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu Sugiyono (2017:2). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan strategi penelitian Asosiatif yang dimana strategi tersebut digunakan untuk mengetahui hubungan dua variable atau lebih. Peneliti menggunakan strategi ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Citra Merek (X_3) dengan Kepuasan Konsumen (Y).

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:80) Populasi adalah wilayah umum yang terdiri dari obyek atau subyek dengan sifat dan karakteristik tertentu yang peneliti tentukan objek penelitiannya dan menarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian.

Populasi dibagi menjadi dua bagian yaitu populasi *sampling* dan populasi tujuan, populasi *sampling* sendiri memiliki ukuran obyek atau subyek yang lebih besar dari pada populasi tujuan. Populasi *sampling* adalah unit analisis yang digunakan untuk memberikan informasi atau data yang diperlukan untuk penelitian. Meskipun populasi sasaran adalah semua unit analisis didalam wilayah penelitian. Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen yang telah menggunakan jasa *Go-Ride* pada warga RW.12 Komplek Sekneg Cempaka Putih Barat, yang dimana peneliti telah mengumpulkan data jumlah warga RW.12 sebanyak 1.152 warga.

Asumsi peneliti kepada warga RW.012 Komplek Setneg Cempaka Putih Barat yang menggunakan jasa *Go-Ride* 3 bulan terakhir sebanyak 784 warga. Dimana sisanya 368 warga sudah tidak menggunakan jasa *Go-Ride* kurang dr 3 bulan.

Populasi pada penelitian ini diantaranya :

1. Populasi Umum

Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh pelanggan pengguna jasa *Go-Ride* di wilayah RW.12 Komplek Sekneg Cempaka Putih Barat. Pernah menggunakan jasa *Go-Ride*.

2. Populasi Sasaran

Populasi sasaran pada penelitian ini merupakan pelanggan pengguna jasa *Go-Ride* di wilayah RW.12 Komplek Setneg Cempaka Putih Barat. Telah melakukan pemesanan *Go-Ride* dari 3 bulan terakhir, pria atau wanita dengan minimal umur 16 tahun.

3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:81), sampel ialah bagian dari ukuran, dan karakteristik populasi. Apabila populasi besar dan tidak memungkinkan peneliti mempelajari seluruh isi populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Unsur-unsur populasi yang homogen berarti standar populasinya sama, jadi tidak perlu ditanyakan berapa besar sampel harus diambil. Tidak ada artinya mempelajari semua elemen dalam populasi, jika populasinya homogen maka dapat menggunakan sampel yang lebih kecil Sekaran (2016: 252).

Sampel yang diambil dalam hal ini memakai *non-Probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* sehingga sampel yang ditentukan berdasarkan pertimbangan tertentu. Kekuatan dari *purposive sampling* ini yaitu data yang terpilih relevan dengan penelitian, karena terseleksi dan pelaksanaannya lebih mudah. Sugiyono (2016:85)

Untuk ukuran sampel yang digunakan, karena peneliti sudah mengetahui jumlah pasti populasi warga RW.12 Komplek Setneg Cempaka Putih Barat. Maka peneliti menggunakan rumus Slovin dalam pengambilan sampel, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Banyaknya sampel

N = Populasi pada warga RW.012 Komplek Setneg Cempaka Putih Barat yang menggunakan jasa *Go-Ride* kurang lebih 3 bulan terakhir

e^2 = Eror level (tingkat kesalahan), catatan : umumnya digunakan 1% = 0,01 atau 5% = 0,05 dan 10% = 0,1

Sumber : (Firdaus, 2021)

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak :

$$n = \frac{784}{1 + 784 \cdot 0,1^2} = 88,688$$

Berdasarkan perhitungan diatas, jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 88,688 dan akan dibulatkan menjadi 90 responden. Peneliti akan membagi responden per 10 RT yang berada di RW.012 Komplek Setneg Cempaka Putih Barat untuk mempermudah aksesibilitas peneliti. Dimana per-RT harus ada 9 responden yang akan mengisi kuesioner. Sampel diambil dengan menggunakan metode *non-probabilty sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan data sampel berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan peneliti.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Metoda yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah memakai kuesioner. Kuesioner atau angket adalah metoda pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab Sugiyono (2016:142). Berikut merupakan langkah-langkah yang ditempuh dalam pengumpulan data :

3.3.1. Kuesioner

Peneliti memakai kuesioner atau daftar pertanyaan maupun pernyataan untuk mengumpulkan data yang terkait dengan pertanyaan atau pernyataan yang akan diamati. Penulis akan mengelola data melalui evaluasi instrumen

atau kuesioner yang dibagikan kepada responden dengan memakai skala *Likert* dalam penelitian ini.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikapm pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dalam skala likert digunakan skor (bobot nilai) dari jawaban yang telah diberikan untuk setiap pertanyaan atau pernyataan Sugiyono (2016:93). Berikut adalah alternative jawaban yang disediakan :

Tabel 3.1 *Skala Likert*

No.	Kriteria	Skor
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2016:93)

3.4. Operasionalisasi Variabel

Berlandaskan teori yang diperoleh maka uji instrumental penelitian ini dapat diilustrasikan dalam bentuk table sebagai berikut :

Tabel 3.2 : Operasionalisasi Variabel

Halaman 1 dari 2

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Harga (X ₁) <i>Sumber : Kotler & Armstrong (2013)</i>	Keterjangkauan Harga	Menetapkan harga yang sesuai dengan jarak tempuh.	1
		Penetapan harga yang terjangkau.	2
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Penetapan harga sebanding dengan kualitas yang diberikan.	3
		Harga sesuai dengan kualitas yang diinginkan.	4
	Daya saing Harga	Harga yang ditetapkan lebih murah dari perusahaan lain.	5
		<i>Go-Ride</i> sering memberikan potongan harga.	6
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk	Kemudahan dalam melakukan pembayaran	7
Kualitas Pelayanan (X ₂) <i>Sumber : Zeithamal & Berry (2019)</i>	<i>Reliability</i> (Keandalan)	Memberikan pelayanan yang terpercaya	8
		Cepat tanggap dalam melayani pelanggan	9
	<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	Ketepatan dalam melayani pelanggan	10
		Kecepatan dalam melayani pelanggan	11
	<i>Acces</i> (Mudah Diperoleh)	memberikan kemudahan dalam menghubungi <i>driver</i>	12
		dapat diakses dimanapun	13
	<i>Courtesy</i> (Keramahan)	<i>Driver</i> sangat sopan kepada pelanggan	14
		<i>Driver</i> memberikan perhatian kepada seluruh pelanggan	15
	<i>Security</i> (Keamanan)	<i>Go-Ride</i> menjaga keamanan data diri agar tidak bocor	16
		<i>Go-Ride</i> menjamin keselamatan pelanggan agar sampai tujuan	17

Tabel 3.2 : Operasionalisasi Variabel

Halaman 2 dari 2

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Citra Merek (X ₃) Sumber : Keller (2013)	Brand Identity (Identitas Merek)	Memiliki warna yang mudah diingat pelanggan	18
		Logo perusahaan mudah diketahui pelanggan	19
	Brand Personality (Personalitas Merek)	Sudah dikenal oleh banyak masyarakat	20
		Memiliki ciri khas tersendiri	21
Kepuasan Konsumen (Y) Sumber : Tjiptono (2015)	Kesesuaian Harapan	Konsumen merasa puas dengan apa yang didapatkan	22
		Keyakinan pelanggan terhadap apa yang diterima	23
	Minat Berkunjung Kembali	Menggunakan ulang jasa layanan <i>Go-Ride</i>	24
		Menjadi tujuan utama pelanggan	25
	Kesediaan Merekomendasikan	Membicarakan hal positif kepada calon pelanggan	26
		Konsumen bersedia untuk merekomendasikan produk kepada calon konsumen	27

3.5. Jenis Pengumpulan Data

3.5.1. Data Primer

Menurut Sunyoto (2015:28) data primer merupakan data dari sumber pertama, yang kemudian dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab masalah yang ditemukan dalam penelitian, data ini diperoleh secara langsung melalui wawancara ataupun angket (kuesioner). Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari responden melalui penyebaran kuesioner secara *online* melalui *Google Form* kepada pelanggan yang memiliki pengalaman dalam penggunaan layanan *Go-Ride*. Setelah responden menjawab pertanyaan atau pernyataan

melalui kuesioner yang peneliti bagikan, peneliti akan mengolah jawaban-jawaban sehingga dapat menghasilkan kesimpulan. Diperlukan angka penafsiran gunanya untuk menentukan gradasi hasil dari jawaban-jawaban responden. Angka penginterpretasi ini digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikumpulkan oleh peneliti, sehingga diketahui hasil akhir dengan pengurangan atas tanggapan dari responden.

Untuk mengetahui apakah data tersebut valid dan realibel, peneliti menggunakan cara uji instrumen sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian kualitas data yang dilakukan pertama kali . Mengenai uji validitas adalah tingkat keakuratan antara data yang muncul pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti Sugiyono (2017:267). Oleh karena itu, data yang tidak terdapat perbedaan antara data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian disebut dengan data yang valid.

Rumus yang akan digunakan dalam uji validita adalah rumus koefisien korelasi product moment (r). Rumusnya sebagai berikut :

$$r_{hitung} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{hitung} = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

X = Skor butir

Y = Skor total butir

Untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu instrumen dapat dilihat dari nilai r_{hitung} yang diperoleh dari perhitungan, kemudian akan dibandingkan dengan r_{tabel} pada taraf signifikan 5%. Berikut kriteria pengujian :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data valid

Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka data tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas dilakukan hal yang berikutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas ini dirancang untuk melihat tingkat konsistensi pertanyaan pada kuesioner. Jika isi pertanyaan atau pernyataan tersebut konsisten dan digunakan beberapa kali dalam waktu yang berbeda, maka dapat dikatakan reliable. Dalam pengujian reliabilitas, teknik yang digunakan adalah Alpha Cornbach, jika suatu instrument bisa dikatakan reliable apabila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih tinggi. Berikut adalah rumus yang digunakan dalam penelitian uji reliabilitas :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_t}{S_t} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Nilai reliabilitas

k = Banyaknya butir pertanyaan

S_t = Varians total skor setiap item

3.5.2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini data sekunder diambil dari buku dan website yang berkaitan dengan masalah yang dibahas untuk dapat dijadikan pedoman dalam penelitian ini. Pada penelitian ini juga dokumen berupa rincian jumlah data warga RW.012 Komplek Setneg Cempaka Putih Barat termasuk didalam data sekunder peneliti.

3.6. Metoda Analisis Data

Pada metoda ini data-data yang sudah didapat dan dikumpulkan akan diolah peneliti untuk dianalisis terlebih dahulu, kemudian dapat dijadikan dasar dalam pembahasan. Dalam penelitian ini metoda analisis data yang digunakan

peneliti adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Data yang diperoleh peneliti akan disusun dalam bentuk tabulasi. Tabulasi data merupakan penyajian data berupa tabel yang terdiri dari baris dan kolom, penggunaan tabulasi data ini guna untuk mempermudah peneliti dalam menguraikan beberapa variabel hasil dari penelitian, sehingga memudahkan peneliti dalam pengolahan data dan juga dibaca dan dimengerti. Pengolahan data yang sudah terkumpul akan menggunakan program Microsoft Excel. Penggunaan program tersebut tujuannya ialah untuk mempermudah peneliti dalam memproses data agar lebih efisien dan cepat hal ini dilakukan agar tidak terjadinya kesalahan dalam proses pengolahan.

3.6.1. Analisis Statistik Data

Untuk mencari hubungan antara harga, kualitas pelayanan dan citra merek dengan kepuasan konsumen pada pelanggan Go-Ride RW.012 Komplek Setneg Cempaka Putih. Peneliti menggunakan metoda analisis data koefisien korelasi dan uji hipotesis, dengan rumus sebagai berikut :

1. Koefisien Korelasi

Jika data variabel berupa rasio atau interval, dan dua variabel atau lebih memiliki sumber data yang sama, gunakan korelasi untuk mencari hubungan dan membuktikan kedua variabel atau lebih tersebut. Untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dapat dihitung dengan koefisien korelasi. Jenis korelasi yang hanya dapat digunakan untuk hubungan garis lurus (*linier*) adalah Korelasi *Person-product* (r). Sugiyono (2016:228).

Nilai koefisien korelasi dapat diperoleh dari hasil pengolahan data menggunakan komputer. Nilai koefisien korelasi (r) berkisar antara -1 sampai dengan 1 ($-1 \leq r \leq 1$). Nilai $r = 0$ menunjukkan bahwa tidak ada korelasi atau hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jika nilai $r > 0$ berarti terdapat korelasi menunjukkan adanya korelasi, antara variabel bebas dengan variabel terikat. Sebaliknya nilai $r < 0$ berarti terdapat hubungan negatif antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jika nilai r mendekati angka 0 dapat

menjelaskan semakin lemahnya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai r semakin jauh dari angka 0, menjelaskan semakin kuatnya hubungan antara variabel bebas dan terikat.

(r_1) merupakan simbol hasil pengukuran dari hubungan antara harga (X_1) dengan kepuasan konsumen (Y), (r_2) merupakan simbol hasil pengukuran dari hubungan antara kualitas pelayanan (X_2) dengan kepuasan konsumen (Y), dan (r_3) merupakan simbol hasil pengukuran dari hubungan antara citra merek (X_3) dengan kepuasan konsumen (Y).

Berikut adalah tabel pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi :

Tabel 3.3 Kategori Koefisien Korelasi

No	Kategori Koefisien (Nilai Mutlak)	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2016:184)

2. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Pengujian hipotesis adalah keputusan berdasarkan kajian data dari perusahaan yang diawasi dan pengamatan yang tidak diawasi. Tujuan dari uji hipotesis ini adalah untuk mengetahui kebenaran dan relevan antara variabel dependen yang diajukan dengan variabel independen, dan juga untuk mengetahui lemah kuatnya pengaruh masing-masing variabel dependen terhadap independen. Sugiyono (2016:63)

Berikut merupakan uji hipotesis statistik dengan langkah-langkahnya :

1. Merumuskan hipotesis :

a. Harga (X_1) dengan kepuasan konsumen (Y)

H_{01} : $\rho_1 = 0$ (tidak ditemukan hubungan yang signifikan atau relevan antara harga dengan kepuasan konsumen)

H_{a1} : $\rho_1 \neq 0$ (ditemukan hubungan yang signifikan atau relevan antara harga dengan kepuasan konsumen)

b. Kualitas pelayanan (X_2) dengan kepuasan konsumen (Y)

H_{02} : $\rho_2 = 0$ (tidak ditemukan hubungan yang signifikan atau relevan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen)

H_{a2} : $\rho_2 \neq 0$ (ditemukan hubungan yang signifikan atau relevan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen)

c. Citra merek (X_3) dengan kepuasan konsumen (Y)

H_{03} : $\rho_3 = 0$ (tidak ditemukan hubungan yang signifikan atau relevan antara citra merek dengan kepuasan konsumen)

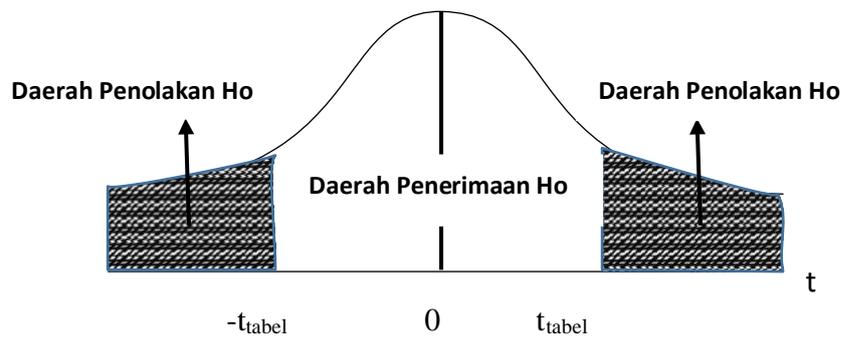
H_{a3} : $\rho_3 \neq 0$ (ditemukan hubungan yang signifikan atau relevan antara citra merek dengan kepuasan konsumen)

2. Penentuan distribusi teoritis (Distribusi t)

Untuk menentukan nilai t_{tabel} , maka tingkat kesalahan (α) yang dipakai dalam penelitian ini adalah 5% ($=0,05$), dan digunakan uji dua sisi.

$$\begin{aligned} t_{tabel} &= t_{(\alpha/2, n-2)} \\ &= \pm t_{(\alpha/2, n-2)} \end{aligned}$$

3. Daerah Kritis



Gambar 3.1 Daerah Kritis Distribusi t Student dengan Uji Dua Sisi (TwoTail)

Terima H_0 jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$

Tolak H_0 jika $t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$

Atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

4. Perhitungan nilai t

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel, maka perlu dilakukan pengecekan tingkat signifikansinya dengan menggunakan rumus t_{hitung} dengan rumus sebagai berikut :

$$t_{\text{hitung}} = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

data diperoleh untuk menghitung t_{hitung} dan kemudian dikerjakan dengan menggunakan komputer.

5. Simpulan dan interpretasi