

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Strategi Penelitian**

Dalam penelitian ini strategi pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif. 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 (Sugiyono, 2018:15). Dalam penelitian ini menggunakan metode survei yang melalui penyebaran kuisioner untuk memperoleh informasi dan data dari pelanggan aplikasi Grab. Survei ini juga dilakukan dengan variabel-variabel terkait untuk mendapatkan informasi tersebut dengan memberikan pertanyaan kepada responden atas pernyataan yang tercantum dalam kuisioner, peneliti akan menebarkan kuisioner secara online melalui *google form* untuk mengambil data sampel.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif, penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan, dan hubungan yang bersifat sebab-akibat, yaitu antara variabel bebas/eksogen dan variabel terikat/endogen (Sugiyono, 2018:51). Bentuk hubungan antar variabel dalam penelitian ini adalah hubungan kausal (sebab akibat), yaitu untuk mencari hubungan sebab akibat variabel independen E-service quality (X1) E-trust (X2) dan terhadap variabel dependen yaitu E-satisfaction (Y).

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

##### **3.2.1 Sampel Penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:130). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Grab

### 3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:131) menyatakan sampel dalam suatu penelitian merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang menggunakan kriteria tertentu Sugiyono (2018:138). Kriteria sampel yang menjadi pertimbangan dalam penelitian ini adalah para pengguna aplikasi Grab yang setidaknya telah melakukan transaksi minimal 2 kali pada aplikasi Grab. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus dari *Margin of Error*.

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

Keterangan :

N = Jumlah Sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% =1,96

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

Dengan menggunakan rumus di atas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2} n = 96,04 \text{ di bulatkan menjadi } 97$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 97 orang responden pengguna aplikasi Grab.

### 3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti yang menjadi sumber primer data atau sumber langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Sugiyono, 2018:213). Data primer tersebut dikumpulkan melalui kuisisioner, kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka dapat diberikan secara langsung kepada responden Sugiyono (2018:219). Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada pengguna aplikasi Grab secara *online* agar lebih mudah dan efisien dalam mengumpulkan informasi. Untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang pernyataan dalam kuisisioner diukur menggunakan skala *likert*. Selanjutnya variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian variabel tersebut menjadi tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen kuisisioner yang berupa 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 Tidak Setuju | STS  | 1         |
| 2   | Tidak Setuju        | TS   | 2         |
| 3   | Ragu – Ragu         | RR   | 3         |
| 4   | Setuju              | S    | 4         |
| 5   | Sangat Setuju       | SS   | 5         |

### 3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2018:55) 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. 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 kuesioner penelitian secara rinci dapat dilihat pada table dibawah ini:

1. E-service quality merupakan salah satu faktor penting bagaimana fasilitas dan layanan yang diberikan aplikasi Grab kepada penggunanya, yang bertujuan memberikan keefektifitasan dan keefisienan pengguna aplikasi Grab. Untuk mengukur e-service quality dalam penelitian ini menggunakan sub indikator diantaranya yaitu efisiensi (*efficiency*), fungsi teknis (*reability*), ketersediaan jasa (*fulfillment*), privasi atau keamanan (*privacy*) daya tanggap (*responsiveness*), kompensasi (*compensation*), kontak (*contact*)
2. E-trust dalam hal ini bertujuan untuk memberikan keamanan akan layanan yang diberikan aplikasi Grab sehingga kebutuhan pengguna terpenuhi. Untuk mengukur e-trust dalam penelitian ini menggunakan sub indikator diantaranya yaitu kemampuan menyediakan dan melayani (*ability*), perhatian (*benevolence*), informasi produk (*integrity*).
3. E-satisfaction merupakan suatu perasaan tentang kepuasan pelanggan setelah menggunakan aplikasi Grab dari layanan yang diberikan. Jika layanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa sangat puas dengan jasa yang diberikan oleh Grab setelah menggunakannya. Untuk mengukur e-satisfaction dalam penelitian ini menggunakan sub indikator diantaranya yaitu ekspektasi (*expectations*), kinerja (*perfomance*), perbandingan (*comparison*), konfirmasi harapan (*confirmation & disconfirmation*)

**Tabel 3. 2** Variabel, Indikator, Sub Indikator E-Service Quality

| Variabel                | Indikator           | Sub Indikator                       | Kode |
|-------------------------|---------------------|-------------------------------------|------|
| E-Service Quality<br>X1 | Efficiency          | Kemudahan dalam penggunaan aplikasi | ESQ1 |
|                         | <i>Reliabilitas</i> | Fungsi penggunaan aplikasi          | ESQ2 |

|  |                       |                                       |      |
|--|-----------------------|---------------------------------------|------|
|  | <i>Fulfillment</i>    | Ketersediaan layanan                  | ESQ3 |
|  | <i>Privacy</i>        | Keamanan data pelanggan               | ESQ4 |
|  | <i>Responsiveness</i> | Kemampuan memberikan informasi        | ESQ5 |
|  | <i>Compensation</i>   | Pengembalian uang                     | ESQ6 |
|  | <i>Contact</i>        | Layanan pelanggan online atau telepon | ESQ7 |

**Tabel 3. 3** Variabel, Indikator, Sub Indikator E- Satisfaction

| Variabel      | Indikator          | Sub Indikator  | Kode |
|---------------|--------------------|--|------|
| E-Trust<br>X2 | <i>Ability</i>     | Kemampuan menyediakan layanan dan melayani pelanggan     | ET1  |
|               | <i>Benevolence</i> | Memberikan informasi dalam mewujudkan kepuasan pelanggan | ET2  |
|               | <i>Integrity</i>   | Ketepatan informasi yang diberikan                       | ET3  |

**Tabel 3. 4** Variabel, Indikator, Sub Indikator E- Satisfaction

| Variabel                    | Indikator           | Sub Indikator   | Kode |
|-----------------------------|---------------------|---|------|
| <i>E- Satisfaction</i><br>Y | <i>Expectations</i> | Layanan sesuai dengan harapan pelanggan                                     | ES1  |
|                             | <i>Perfomance</i>   | Kinerja aktual jasa ketika digunakan  | ES2  |
|                             | <i>Comparison</i>   | Harapan kinerja jasa sebelum menggunakan dengan kinerja aktual jasa setelah | ES3  |

|  |                   |   |     |
|--|-------------------|---|-----|
|  |                   | menggunakan   |     |
|  | <i>Experience</i> | Pengalaman terhadap penggunaan merek dari jasa yang berbeda dari yang lain. | ES4 |

### 3.5. Metode Analisis Data

#### 3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik 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, 2018:226). Deskripsi dari responden digunakan untuk memperoleh hasil tes dan pengukuran dengan angka-angka sesuai variabel-variabel penelitian. Tujuan dari analisis statistik deskriptif adalah untuk memberikan gambaran tentang keadaan atau status fenomena yang berkaitan dengan masalah penelitian berdasarkan data yang telah dikumpulkan.

#### 3.5.2 Analisis Jawaban Responden

Deskripsi variabel digunakan untuk mengetahui jawaban dari responden terhadap variabel kemudahan penggunaan, harga, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. 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: 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 Statistik Data

#### 1. Uji 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 ini bertujuan untuk membuktikan sejauh mana pertanyaan, tugas atau butir dalam suatu tes atau instrumen mampu mewakili secara keseluruhan dan proporsional perilaku sampel tersebut.

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya 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  $>$   $r$  kritis pada taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ ) maka instrumen itu dianggap valid dan jika  $r$  hitung  $<$   $r$  kritis maka instrumen dianggap tidak valid.

## 2. Uji Realibilitas

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. Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas dan di uji merupakan pernyataan atau pertanyaan yang sudah valid. *Cronbach's alpha* yang besarnya antara 0,50-0,60. Dalam penelitian ini peneliti memilih 0,60 sebagai koefisien reliabilitasnya. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah:

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

### 3.5.4 Uji Korelasi, Determinasi dan Regresi Berganda

#### 1. Uji Korelasi

Analisis korelasi merupakan uji statistika yang mengukur keeratan hubungan antara dua variabel. Keeratan hubungan antara dua variabel dapat diukur kekuatannya. Indeks yang mengukur keeratan hubungan dua variabel disebut koefisien korelasi. Nilai koefisien korelasi paling ( $r$ ) dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$-1 \leq r \leq 1 \quad (1)$$

$r = 1$ , hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, yaitu hubungan sangat kuat dan positif).

$r = -1$ , hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati -1, yaitu hubungan sangat kuat dan negatif).

$r = 0$ , hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan.

Interpretasi terhadap koefisien korelasi ditunjukkan pada Tabel 3.3.

**Tabel 3. 5** Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

| Internal Koefisien | Tingkat Hubungan |
|--------------------|------------------|
|--------------------|------------------|



|             |                       |
|-------------|-----------------------|
| 0,0000      | Tidak Ada Korelasi    |
| 0,01 – 0,20 | Korelasi sangat lemah |
| 0,21 – 0,40 | Korelasi Lemah        |
| 0,41 – 0,70 | Korelasi Sedang       |
| 0,71 – 0,99 | Korelasi Tinggi       |
| 1,000       | Korelasi Sempurna     |

Koefisien korelasi yang dihasilkan kemudian di uji signifikannya. Signifikan adalah tingkat keyakinan terhadap suatu hipotesis, apakah hipotesis tersebut akan diterima atau ditolak. Dalam pengujian ini dilakukan melalui identifikasi tingkat signifikan t (*sign*). Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Ho ditolak jika  $t_{sig} < 0,05$
- b. Ho diterima jika  $t_{sig} > 0,05$

## 2. Koefisien Determinasi

Menurut Supardi (2017) menyatakan koefisien determinasi adalah tingkat variabel X terhadap variabel Y yang dinyatakan dalam persentase (%). persentase diperoleh dengan terlebih dahulu mengkuadratkan koefisien korelasi dikalikan 100%. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel variabel independen yang memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variabel dependen. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

$r^2$  = koefisien korelasi berganda

### 3. 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:

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

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*

$X_2$  = Variabel *E-Trust*

$Y$  = Variabel *E-Satisfaction*

$e$  = error

#### 3.5.5. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan suatu hal yang sering dituntut untuk melakukan pengecekan. Hipotesis statistik adalah dalam perumusan hipotesis, antara hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) selalu berpasangan, apabila salah satu ditolak, maka yang lain pasti diterima, sehingga keputusan yang tegas, yaitu kalau  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hipotesis statistik dinyatakan simbol-simbol (Sugiyono, 2017:87).

Uji hipotesis digunakan untuk menguraikan arah pengaruh antar variabel independent dan variabel dependennya. Pengujian menggunakan analisis jalur atau path analysis atau model yang telah dibuat. Hasil korelasi antar konstruksi diukur dengan melihat *path coefficient* dan tingkat signifikansinya kemudian dapat dibandingkan dengan hipotesis penelitian. Untuk mengetahui hasil uji hipotesis secara simultan *path coefficient* yang digunakan untuk melihat seberapa besar nilai setiap koefisien jalur.

Secara statistik hipotesis dapat diterima atau ditolak, dengan dihitung melalui tingkat signifikansinya, tingkat signifikan yang digunakan pada penelitian

ini sebesar 5% dengan tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. P value (probabilitas *value*) adalah nilai probabilitas atau nilai peluang yang menunjukkan peluang untuk sebuah data untuk digeneralisasikan pada populasi yaitu sebuah keputusan yang benar 95% dan kemungkinan keputusan yang salah sebesar 5%.

Ho ditolak jika *p-value* kurang dari 0,05 dan;

Ho diterima jika *p-value* lebih besar atau sama dengan 0,05.

Adapun hipotesis yang diuji statistik dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Ho.1: *E-service quality* berpengaruh tidak langsung terhadap *e-satisfaction*

Ha.1: *E-service quality* berpengaruh langsung terhadap *e-satisfaction*

Ho.2: *E-trust* berpengaruh tidak langsung terhadap *e-satisfaction*

Ha.2: *E-trust* berpengaruh langsung terhadap *e-satisfaction*

Ho.3: *E-service quality* dan *e-trust* tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap *e-satisfaction*

Ha.3: *E-service quality* dan *e-trust* berpengaruh secara bersama-sama terhadap *e-satisfaction*