

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang bersifat kuantitatif karena penelitian ini berkaitan dengan objek penelitian yaitu pelanggan dengan mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan pelayanan perusahaan terhadap pelanggan, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, loyalitas pelanggan dan disesuaikan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2017).

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi merupakan generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STEI pengguna gojek yang berjumlah 180 orang.

3.2.2. Sampel

Menurut Arikunto (2017), sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Pengambilan sampel di dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara acak. Pemilihan sampel dengan *purposive sampling* digunakan karena sampel pengambilan berdasarkan pertimbangan tertentu yang representative agar dapat menjangkau seluruh populasi yang akan diteliti. Rumus yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah rumus slovin sebagai berikut:

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

Keterangan :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : kelonggaran atau ketidaktepatan karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir misalnya, 2%, 5%, 10%

Pada penelitian ini peneliti menggunakan batas kesalahan yang ditolerir sebesar 5%. Jumlah populasi sebanyak 180 orang.

$$n = \frac{N}{1 + Ne} \quad n = \frac{180}{1 + 180(0,05)^2} \quad n = \frac{180}{1,5} = 120$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus diatas, maka jumlah sampel yang diteliti dalam penelitian ini adalah berjumlah 120 orang.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder

3.3.1. Data Primer

Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya. Data primer yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden.

3.3.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti. Data sekunder dapat berupa informasi atau literatur terkait penelitian. Data sekunder bisa diperoleh dari berbagai bahan pustaka, buku-buku, maupun jurnal dan dokumen lain yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017), teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis dalam suatu penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan atau mendapatkan data melalui berbagai cara, setting dan sumbernya. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara

memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Metode kuesioner ini digunakan untuk memperoleh data mengenai penelitian. Kuesioner disusun menggunakan skala *Likert* dengan lima alternatif jawaban yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

3.5. Definisi dan Pengukuran Variabel

Variabel adalah sesuatu yang dapat membedakan atau mengubah nilai. Nilai dapat berbeda untuk objek/orang yang sama dalam waktu yang berbeda, atau nilai dapat dapat berbeda untuk objek/orang yang berbeda dalam waktu yang sama:

Tabel 3.1
Definisi dan Pengukuran Variabel

No	Variabel	Indikator	No Item	Skala
1.	Kualitas Layanan (X1)	1. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	1,2	<i>Likert</i>
		2. <i>Realibility</i> (Keandalan)	3,4	
		3. Responsiveness (daya Tanggap)	5,6	
		4. <i>Assurance</i> (Jaminan)	7,8	
		5. <i>Emphaty</i> (empati)	9,10	
2.	Tingkat Kepercayaan (X2)	1. <i>Brand Realibility</i>	11,12	<i>Likert</i>
		2. <i>Brand Intention</i>	13,14	
3.	Loyalitas Pelanggan (Y)	1. Menggunakan Aplikasi Kembali	15,16	<i>Likert</i>
		2.Keinginan membeli produk dari lini produk lain	17,18	
		3. Merefrensikan kepada orang lain.	19,20	

4.	Kepuasan Pelanggan (Z)	1. Kepercayaan Konsumen kepada Gojek	21,22	<i>Likert</i>
		2. Kepuasan layanan yang diberikan kepada konsumen	23,24	
		3. Kepuasan atau sikap hormat dan menghargai pelanggan	25,26	
		4. Menetapkan harga	27,28	

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.6.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji tingkat kesahihan butir pertanyaan masing-masing variabel. Menurut Arikunto, (2017) sebuah pertanyaan dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Nilai r hitung yang diperoleh dari hasil perhitungan menunjukkan tinggi rendahnya validitas variabel yang diukur. Selanjutnya nilai r hitung dikonsultasikan dengan harga korelasi *product moment* pada tabel.

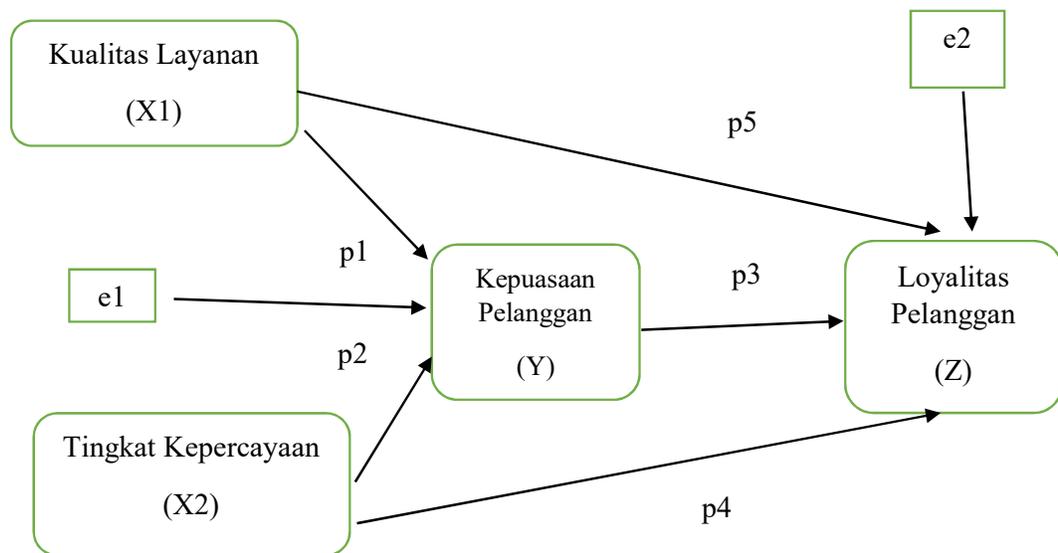
- a. Jika perhitungan r sama dengan atau lebih besar dari pada r tabel maka butir-butir pertanyaan tersebut dikatakan valid..
- b. Jika harga r perhitungan lebih kecil daripada r tabel berarti butir-butir pertanyaan dinyatakan tidak valid.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. “Reliabilitas suatu pertanyaan menunjukkan bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik” (Arikunto, 2017). Suatu kuesioner memiliki tingkat reliabilitas yang baik jika nilai koefisien *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Bahri, 2018).

3.6.3. Uji Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur (path analysis) digunakan untuk menganalisis pola hubungan antara variabel. Model ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas terhadap variabel terikat (Supriyanto dan Maharani, 2013:74). Dalam menghubungkan variabel ditunjukkan dengan garis penghubung berupa garis satu anak panah yang dapat menunjukkan hubungan kausalitas dari satu variabel ke variabel lainnya (Ghozali 2017). Model analisis jalur dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Persamaan strukturalnya sebagai berikut:

1. Persamaan sub struktural 1

$$Y = \beta_{yx1}X1 + \beta_{yx2}X2 + \varepsilon_1$$

Keterangan:

Y = Variabel Kepuasan Pelanggan

X1 = Variabel Kualitas Layanan

X2 = Variabel Tingkat Kepercayaan

β_{yx1} = Koefisien Kualitas Layanan ke Loyalitas pelanggan

β_{yx2} = Koefisien Tingkat Kepercayaan ke Loyalitas Pelanggan

ε_1 = Koefisien jalur variabel error

2. Persamaan sub struktural 2

$$Y_2 = \beta_{zx1}.X_1 + \beta_{zx2}.X_2 + \beta_{zy}.Y + \varepsilon_2$$

Keterangan:

Z = Variabel Loyalitas Pelanggan

Y = Variabel Kepuasan Pelanggan

X₁ = Variabel Kualitas Layanan

X₂ = Variabel Tingkat Kepercayaan

β_{yx1} = Koefisien jalur Loyalitas Pelanggan ke Kepuasan Pelanggan

β_{zx1} = Koefisien Kualitas Layanan ke Kepuasan Pelanggan

Zx₂ = Koefisien jalur Tingkat Kepercayaan ke Kepuasan Pelanggan

ε_2 = Koefisien jalur variabel error 2

3.6.4. Pengujian Hipotesis

3.6.4.1. Uji Statistik (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi dependen (Ghozali, 2016:138). Kriteria berikut digunakan untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak:

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikan ($Sig < 0,05$) maka hipotesis diterima.
- 2) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikan ($Sig > 0,05$) maka hipotesis ditolak.

3.6.4.2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien regresi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Ghozali, 2013). Jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted R^2 negatif, maka nilai *adjusted* R^2 dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$, maka adjusted $R^2 = R^2 = 1$, sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka adjusted $R^2 = (1 - k)/(n - k)$. Jika $k > 1$, maka adjusted R^2 akan bernilai positif (Ghozali, 2013).

3.6.4.3. Uji Sobel (Pengaruh Mediasi)

Pengujian deteksi terhadap pengaruh moderasi dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel X dengan Variabel Y melalui variabel Pemediasi (Z) dengan persamaan sebagai berikut:

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{(b^2 SEa^2) + (a^2 SEb^2)}}$$

Keterangan:

a = koefisien regresi variabel independent terhadap variabel dependen

b = koefisien regresi variabel mediasi terhadap variabel dependen

Sea = standar error of estimation dari pengaruh variabel mediasi terhadap variabel dependen

Seb = standar error of estimation dari pengaruh variabel mediasi terhadap variabel dependen