

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya tanpa adanya perlakuan. Pendekatan kuantitatif, yaitu suatu pendekatan yang memungkinkan dilakukannya pencatatan data hasil penelitian secara nyata dalam bentuk data numerikal atau angka sehingga memudahkan proses analisis dan penafsirannya dengan menggunakan perhitungan-perhitungan statistik. Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh *e-service quality*, *trust* dan *customer perceived value* terhadap *customer satisfaction* pada model transportasi Grab di Kota Metro.

B. Tahapan Penelitian

1. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan cara pengambilan sampel dari populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang pengambilan objeknya sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dengan menggunakan berbagai cara. Adapun kriteria pemilihan sampel tersebut adalah mereka yang telah menjadi pengguna Grab, menginstal aplikasi grab di ponselnya dan minimal telah melakukan order Grab sebanyak 3 kali.

2. Tahapan

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012: 115). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pengguna transportasi *online* Grab yang jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari Jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012: 116). Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan waktu, tenaga dan dana, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Dikarenakan jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya sampel digunakan formula *unknown populations* dari Cochran dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4\mu^2} \quad (\text{Frendy, 2011: 53})$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

Z = nilai $\alpha = 5\%$ pada tabel Z distribusi normal

μ = margin of error (10%)

Berikut adalah perhitungannya:

$$Z = \alpha / 2$$

$$Z = 0,05 / 2$$

$$Z = 0,025 \text{ (nilai } Z(0,025) \text{ pada tabel Z distribusi normal adalah } 1,96)$$

Selanjutnya dihitung nilai n:

$$n = \frac{Z^2}{4\mu^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = \frac{3,8416}{4(0,01)} = \frac{3,8416}{0,04} = 96,04 \Rightarrow 96$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka diketahui besar sampel minimal yang diperlukan adalah 96 responden.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel pada penelitian ini meliputi:

1. Variabel *E-Service Quality* (X_1)

a. Definisi Konseptual

Kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen secara interaktif melalui teknologi informasi dengan berbasis *website*. Indikator *e-service quality*

yang digunakan dalam penelitian adalah efisiensi, jaminan, privasi, daya tanggap, kompensasi, dan kontak

b. Definisi Operasional

Diukur dengan instrumen berupa kuesioner yang diberikan kepada pelanggan Grab di Kota Metro.

2. Variabel *Trust* (X_2)

a. Definisi Konseptual

Tingkat kepercayaan konsumen terhadap perusahaan berdasarkan *track record*-nya selama ini. Indikator *trust* yang digunakan dalam penelitian adalah kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*) dan integritas (*integrity*).

b. Definisi Operasional

Diukur dengan instrumen berupa kuesioner yang diberikan kepada pelanggan Grab di Kota Metro.

3. Variabel *Customer Perceived Value* (X_3)

a. Definisi Konseptual

Perbandingan nilai antara pengorbanan yang sudah dilakukan konsumen dalam hal ini adalah mengeluarkan biaya berupa harga dengan manfaat atau utilitas sesuai dengan ekspektasi konsumen masing-masing. Indikator *Customer Perceived Value* yang digunakan dalam penelitian adalah *emotional value*, *social value*, *quality/performance value*, dan *price/value of money*.

b. Definisi Operasional

Diukur dengan instrumen berupa kuesioner yang diberikan kepada pelanggan Grab di Kota Metro.

4. Variabel *Customer Satisfaction* (Y)

a. Definisi Konseptual

Perasaan senang atau kecewa konsumen yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu jasa dan harapan-harapannya. Indikator *Customer Satisfaction* yang digunakan dalam penelitian adalah kepuasan pelanggan keseluruhan, dimensi kepuasan pelanggan, konfirmasi harapan, minat beli ulang, dan kesediaan untuk merekomendasi.

b. Definisi Operasional

Diukur dengan instrumen berupa kuesioner yang diberikan kepada pelanggan Grab di Kota Metro.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang diinginkan. Untuk memperoleh data yang berkenaan dengan judul penelitian, penulis menggunakan jenis metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner menurut Sugiyono (2012: 199), merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner melalui sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahui terkait objek penelitian. Kuesioner yang disebarkan bersifat tertutup dan merupakan kuesioner dengan skala likert dengan tingkatan sebagai berikut :

Tabel 3. Skala Likert

Deskripsi	Skor Setiap Alternatif
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

(Sugiyono, 2012: 93)

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*).

Salah satu yang dilakukan dalam melakukan penelitian ini yaitu mempelajari beberapa literatur tertulis baik itu dari buku-buku pedoman, artikel, makalah dan sumber tertulis lainnya yang mengandung informasi berkaitan dengan masalah yang dibahas, yang dihimpun dari berbagai sumber mulai dari perpustakaan hingga situs internet.

E. Instrumen Penelitian

Untuk memperoleh data yang berkenaan dengan judul penelitian, penulis menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Berikut adalah kisi-kisi instrumen tersebut:

Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen

No	Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan
1	<i>E-Service Quality</i> (X_1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. efisiensi 2. jaminan 3. privasi 4. daya tanggap 5. kompensasi 6. kontak. 	<ol style="list-style-type: none"> 1,2,3,4,5,6 6,7,8 9,10,11,12 13,14,15 16,17,18 19,20
2	<i>Trust</i> (X_2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. kemampuan (<i>ability</i>) 2. kebaikan hati (<i>benevolence</i>) 3. integritas (<i>integrity</i>) 	<ol style="list-style-type: none"> 1, 2,3,4,5,6,7,8 9,10, 11,12,13,14,15, 16, 17,18,19,20
3	<i>Customer Perceived Value</i> (X_3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>emotional value</i> 2. <i>social value</i> 3. <i>quality/performance value</i> 4. <i>price/value of money</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1, 2,3,4,5,6,7,8 9,10,11,12,13, 14,15,16, 17,18,19,20
4	<i>Customer Satisfaction</i> (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. kepuasan pelanggan keseluruhan 2. dimensi kepuasan pelanggan 3. konfirmasi harapan 4. minat beli ulang 5. kesediaan untuk merekomendasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1,2,3,4 5,6,7,8 9,10,11 12,13,14,15 16,17,18,19,20

F. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Instrumen

Instrumen penelitian memegang peran penting dalam penelitian kuantitatif karena kualitas data yang digunakan dalam banyak hal ditentukan oleh kualitas instrumen yang dipergunakan. Artinya, data yang bersangkutan dapat mewakili dan atau mencerminkan keadaan sesuatu yang diukur pada diri subjek penelitian dan si pemilik data. Untuk itu, sebelum dipergunakan mengumpulkan data instrumen harus diuji terlebih dahulu.

a. Uji Validitas

Korelasi antara skor item dengan skor total haruslah signifikan berdasarkan ukuran statistik tertentu. Bila sekiranya skor semua pernyataan yang disusun berdasarkan dimensi konsep atau indikator berkorelasi dengan skor total, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur yang digunakan adalah validitas konstruk (*construct validity*). Selanjutnya peneliti menentukan validitasnya berdasarkan formula tertentu, diantaranya koefisien korelasi *product moment* dari *karl pearson* dengan rumus matematis:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - \sum X \cdot \sum y}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Riduwan, 2010: 110})$$

keterangan :

- r = Koefisien korelasi
- N = Jumlah sampel
- X = Skor Item
- Y = Skor total
- $\sum X$ = Jumlah skor item
- $\sum Y$ = Jumlah skor total

Setelah nilai korelasi (r) diperoleh, kemudian nilai r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dengan dasar pengambilan keputusan adalah valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, instrumen penelitian yang digunakan adalah valid dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka alat ukur atau instrumen penelitian yang digunakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen penelitian dikatakan mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi apabila tes yang dibuat mempunyai hasil yang konsisten dalam mengukur yang hendak diukur.

Formula yang digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini adalah alfa (α) dari chronbach dengan taraf signifikansi 0,05 dengan rumus matematis:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (\text{Riduwan, 2010: 125})$$

Dimana :

r_{11} = Nilai reliabilitas

σ_b = Jumlah varians skor tiap-tiap item

σ_t = Varians total

k = Jumlah item

Rumus varians =

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} \quad (\text{Riduwan, 2010: 125})$$

Dimana :

σ^2 = Varians skor tiap-tiap item

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat item X

$(\sum X)^2$ = Jumlah item X dikuadratkan

N = Jumlah responden

Kriterianya adalah jika

$\alpha < 0,60$ = tidak reliabel

$\alpha \geq 0,60$ = reliabel

2. Pengujian Persyaratan Analisis

Uji persyaratan analisis diperlukan guna mengetahui apakah analisis data untuk pengujian hipotesis dapat dilanjutkan atau tidak. Adapun uji yang digunakan adalah:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Data berdistribusi normal artinya data mempunyai sebaran merata sehingga benar-benar mewakili populasi.

Salah satu uji kenormalan data adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Kolmogorov-Smirnov dalam menguji kenormalan data dilakukan dengan prinsip membandingkan probabilitas kumulatif dari data empirik dengan distribusi normal. Pada signifikansi 0,05 maka kriteria uji Kolmogorov-Smirnov ini kriterianya adalah:

$p < 0,05$ = distribusi data tidak normal

$p \geq 0,05$ = distribusi data normal (Priyatno, 2008: 61)

b. Uji Linieritas

Uji linieritas dan keberartian regresi digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Dengan menggunakan program *SPSS* pada signifikansi 0,05 maka kriteria uji linieritas ini adalah (Priyatno, 2008: 63):

$p < 0,05$ = antara variabel X dengan variabel Y tidak linear

$p \geq 0,05$ = antara variabel X dengan variabel Y linear

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk memperlihatkan bawa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang memiliki variasi yang sama. Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak. Uji ini dilakukan sebagai prasyarat dalam analisis *independent sample t test* dan Anova. Asumsi yang mendasari dalam analisis varian (Anova) adalah bahwa varian dari populasi adalah sama. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama (Priyatno, 2008: 64).

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n \quad (\text{Priyatno, 2008: 73})$$

Dimana :

a = konstanta

b = intensitas

X_1, X_2 = Variabel independen

Y = Variabel dependen

4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang dilakukan dengan tujuan memutuskan apakah menerima atau menolak hipotesis yang telah dirumuskan. Adapun pengujian hipotesis menggunakan:

a. Uji T (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya. Untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan derajat signifikansi sebesar 5 % ($\alpha = 0,05$). Adapun rumus untuk t_{hitung} adalah sebagai berikut:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \text{ (Sugiyono, 2012: 184)}$$

Keterangan:

t = statistik t dengan derajat bebas n-1

n = banyaknya observasi atau pengamatan

r^2 = koefisien korelasi

Dimana $T_{tabel} > T_{hitung}$ atau $sig > \alpha (0,05)$ maka H_1 ditolak, dan jika $T_{tabel} < T_{hitung}$ atau $sig < \alpha (0,05)$ maka H_1 diterima.

b. Uji F (Uji Bersama-sama)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan derajat signifikansi sebesar 5 % ($\alpha = 0,05$).

Rumus F_{hitung} sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)(n-k-1)} \text{ (Sugiyono, 2012: 192)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

Dimana jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > \alpha (0,05)$ maka H_1 ditolak atau secara bersama-sama variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat dan jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau $sig < \alpha (0,05)$ maka H_1 diterima atau secara bersama-

sama variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya secara serentak.

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Semakin besar nilai koefisien determinasi semakin baik kemampuan variabel X menerangkan atau menjelaskan variabel Y. Koefisien korelasi (R) dihitung dengan rumus:

$$R^2 = \frac{\sum(Y^* - \bar{Y})^2 / k}{\sum(Y - \bar{Y})^2 / k} = \frac{\text{jumlah kuadrat regresi}}{\text{jumlah kuadrat total}} \text{ (Ghozali, 2012: 97)}$$

Keterangan:

Y = Nilai pengamatan

Y* = Nilai Y yang ditaksir dengan model regresi

\bar{Y} = Nilai rata-rata pengamatan

k = jumlah variabel independen

5. Hipotesis Statistik

Pada uji hipotesis statistik ini menggunakan uji dua pihak (two tailed test).

Dilihat dari bunyi hipotesis statistik yaitu hipotesis nol (H_0) : $\beta = 0$ dan hipotesis alternatifnya (H_a) : $\beta \neq 0$

$H_0 : \beta_1 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* pada model transportasi Grab di Kota Metro.

$H_a : \beta_1 \geq 0$: Terdapat pengaruh *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* pada model transportasi Grab di Kota Metro.

$H_0 : \beta_1 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh *trust* terhadap *customer satisfaction* pada model transportasi Grab di Kota Metro.

$H_a : \beta_2 \geq 0$: Terdapat pengaruh *trust* terhadap *customer satisfaction* pada model transportasi Grab di Kota Metro.

$H_0 : \beta_1 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh *customer perceived value* terhadap *customer satisfaction* pada model transportasi Grab di Kota Metro.

$H_a : \beta_3 \geq 0$: Terdapat pengaruh *customer perceived value* terhadap *customer satisfaction* pada model transportasi Grab di Kota Metro.

- $H_0 : \beta_4 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh *e-service quality*, *trust* dan *customer perceived value* secara simultan terhadap *customer satisfaction* pada model transportasi Grab di Kota Metro
- $H_a : \beta_4 \geq 0$: Terdapat pengaruh *e-service quality*, *trust* dan *customer perceived value* secara simultan terhadap *customer satisfaction* pada model transportasi Grab di Kota Metro