

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan langsung pada pelanggan pengguna jasa transportasi sepeda motor roda dua Ojek*Online* (GO-JEK) di pekanbaru.

3.2. Jenis dan Sumber Data

3.2.1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisioner yang bisa dilakukan oleh peneliti. Dalam hal ini data primer adalah data yang diperoleh langsung dari kuisioner.

3.2.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah di olah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram.

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Dalam penelitian ini data diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto, 1998). Kuesioner didesain sedmikian

rupa sehingga diharapkan semua responden dapat menjawab semua pertanyaan.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang diperlukan dengan cara mempelajari atau mengutip arsip-arsip dan catatan-catatan yang ada pada objek yang diteliti.

3.3. Operasional Variabel Penelitian

3.1

Tabel Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<p>Pelayanan(X1) Proses pmenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung (Moenir, 2005)</p>	<p>1. Jaminan 2. Kehandalan 3. Daya Tanggap</p>	<p>1. Pelayanan tepat waktu 2. memberikan layanan yang cepat dan tanggap 3. konsumen merasa aman</p>	<i>Likert</i>
<p>Harga(X2) Harga adalah jumlah semua nilai konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu barang ataupun jasa (Kotler dan Amstrong, 2003)</p>	<p>1. Daftar Harga 2. Asumsi Harga</p>	<p>1. Harga terjangkau 2. Perbandingan harga dengan kompetitor</p>	<i>Likert</i>

<p>Kepuasan Konsmen(Y)</p> <p>Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang ia rasakan dengan harapannya. (Kotler, 2009)</p>	<p>1. Barang dan Jasa Berkualitas</p> <p>2. Loyalitas</p> <p>3. Fokus Kepada Konsumen</p>	<p>1. Keinginan konsumen untuk terus menggunakan jasa</p> <p>2. Keinginan konsumen merekomendasikan kepada orang lain</p> <p>3. Puas terhadap kualitas layanan</p>	<p>Likert</p>
---	---	--	----------------------

Sumber : Kotler (2009)

Pengukuran yang digunakan oleh penulis untuk mengetahui masing-masing yaitu variabel X1 (Layanan), X2 (Harga), dan variabel Y (Kepuasan Konsumen) adalah *skala likert*. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2006:86). Untuk keperluan analisis kuantitatif penelitian ini, maka setiap pernyataan akan diberi skala sangat baik sampai buruk sekali dimana skala tersebut mempunyai poin, seperti pada tabel 3.2, sebagai berikut.

Tabel 3.2

Skor Pernyataan

No.	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2006:86)

Kriteria Penilaian

Setelah melakukan penyebaran kuesioner, indikator ditentukan kriteria penilaian dengan menentukan kriteria sebagai berikut :

- Skor Maksimal = \sum Responden X Skor Tertinggi
- Presentase Indikator = $\frac{\text{Skor Indikator} \times 100}{\text{Skor Maksimal}} \%$

Tabel 3.3
Kriteria Penilaian

No.	Kriteria	Presentase
1	Sangat Setuju	>80%
2	Setuju	60-80%
3	Kurang Setuju	40-60%
4	Tidak Setuju	20-40%
5	Sangat Tidak Setuju	<20%

Sumber : Sugiyono (2006)

3.4. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pengguna jasa transportasi Ojek *Online* (Go-jek) Pekanbaru. Pada penelitian populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti maka peneliti menggunakan *accidental non random sampling* yaitu sampling ini

dilakukan dengan atas dasar jumlah atau jatah yang telah ditentukan peneliti (Sugiyono, 2007). Biasanya yang dijadikan sample penelitian adalah subjek yang mudah ditemui sehingga memudahkan pula proses pengumpulan data. Penelitian ini peneliti akan memberikan kuesioner kepada konsumen yang telah menggunakan jasa GO-JEK sebanyak 100 sampel.

Kriteria pemilihan sampel yang diperlukan dan diperbolehkan mengisi kuesioner dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Responden yang memiliki aplikasi layanan GO-JEK di *Handphone*.
2. Responden yang pernah melakukan transaksi menggunakan layanan GO-JEK khususnya GO-RIDE.
3. Responden yang pernah melihat iklan GO-JEK di sosial media seperti, *Path, Instagram, Line, BBM*, dan lainnya

3.5. Analisa Data

3.5.1. Analisis Regresi Berganda

Analisi regresi berganda adalah suatu teknik ketergantungan. Sehingga variabel yang akan dibagi menjadi variabel dependen/terikat (Y) dan variabel independen/bebas (X). Analisis ini menunjukkan bahwa variabel dependen akan bergantung (terpengaruh) pada lebih dari satu variabel independen. Bentuk analisis regresi berganda adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Y = Variabel Terikat (Kepuasan Konsumen)

β = Koefisien Regresi

X1 = Variabel Bebas 1 (Layanan)

X2 = Variabel Bebas 2 (Harga)

e = Kesaahan (*error*)

3.5.2. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Metode yang digunakan untuk menguji Validitas ialah dengan korelasi bivariate. Jika hasil menunjukkan hasil nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan adalah valid.

2. Uji Reabilitas

Adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliabel hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasilnya relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri berbentuk memang belum berubah.

3.5.3. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2007). Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya, yaitu Kepuasan Konsumen.

b. Uji F

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y, apakah variabel X1 dan X2 benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Nilai R^2 terletak antara 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Tujuan menghitung koefisien determinasi adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

5.6. Uji Epsilon

Uji-Fdigunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependennya. Adapun kriteria yang digunakan pada Uji F, yaitu:

(1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$ maka :

(a) H_a diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan

(b) H_0 ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan

(2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$ maka :

(a) H_a ditolak karena tidak memiliki pengaruh yang signifikan

(b) H_0 diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan.

5.6.1 Uji Koefisien Epsilon

Uji epsilon untuk menentukan dan menunjukkan pengaruh dari variabel selain dari variabel yang diteliti.

$$P_{y\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2}$$