

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Populasi dan Partisipan

1. Subyek Penelitian

Subyek penelitian yang digunakan sebagai sampel adalah 150 orang pengguna aplikasi Gojek dari segala kalangan. Teknik sampling yang digunakan adalah *incidental sampling*. Teknik ini dipilih karena jumlah populasi diambil secara random. Teknik sampling terbagi menjadi dua bagian yakni probability dan nonprobability sampling. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, sedangkan *non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling*, didalam teknik ini terbagi menjadi enam teknik sampel yakni *sampling* sistematis, *sampling* kuota, *incidental sampling*, *sampling purposive*, *sampling* jenuh, *snowball sampling*. Peneliti menggunakan teknik *incidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono 2001).. Peneliti menggunakan teknik *incidental sampling* yang dibagikan melalui media offline kepada 150 subyek yang memiliki kriteria yang dibutuhkan kemudian memberikan skala kualitas pelayanan dan skala kepuasan pelanggan.

B. Desain Penelitian

Rancangan peneliti ini termasuk penelitian kuantitatif, data yang diperoleh diuantitatifasikan dalam bentuk angka-angka untuk kemudian diolah dengan perhitungan statistik untuk mengetahui hubungan antar variable (Sugiyono, 2015). Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian korelasional. Penelitian korelasional bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana variasi pada satu variable berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variable lain, berdasarkan koefisien korelasi (Azwar, 2004). Hal ini dimaksudkan untuk menguji hubungan antara dua variabel yang berbeda.

Variabel-variabel yang diteliti dalam sebuah penelitian disusun berdasarkan landasan teori dan hipotesa penelitian. Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variable terikat dan variable bebas. Variabel terikat pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan variable bebas pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Kedua variable ini akan diukur dengan menggunakan skala yang berisikan aspek yang terkait dengan variable tersebut.

C. Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala. Skala adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Skala merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tau dengan pasti variable yang diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden (Iskandar, 2008).

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Likert. Menurut Ghozali (2005), model Likert adalah skala yang berisi 5 tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut: 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Skala tersebut berdasarkan aitem pertanyaan yang sesuai dengan aspek dan telah diuraikan dari definisi variabel penelitian.

Aitem – aitem dibagi menjadi aitem *favorable* dan *unfavorable*. Cara penskorng aitem *favorable* dapat dilihat pada tabel 1. Penilaian aitem skala.

Tabel 1. Penilaian Aitem Skala

<i>Favorable Aitem</i>		<i>Unfavorable Aitem</i>	
Sangat setuju	5	Sangat setuju	1
Setuju	4	Setuju	2
Netral	3	Netral	3
Tidak setuju	2	Tidak setuju	4
Sangat tidak setuju	1	Sangat tidak setuju	5

1. Skala Kualitas Pelayanan

a. Definisi operasional

Berdasarkan beberapa definisi maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya menyediakan keinginan dan kebutuhan konsumen sesuai dengan tingkat harapan konsumen.

b. Pengembangan alat ukur

Variabel ini diukur berdasarkan menggunakan penelitian Parasuraman, et al (1998) yaitu, *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati). Hal ini dikarenakan paling sesuai untuk mengukur hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ojek daring Gojek, yaitu pada dimensi bukti langsung, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati.

Tabel 2. *Blue Print* Uji Coba Skala Kualitas Pelayanan

No.	Aspek	Nomor Aitem		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
1.	Tangibles	1, 7, 3	4,2,6	6
2.	Reliability	5,13, 9	8, 10	5
3.	Responsive	11, 19	14, 15	4
4.	Assurance	12, 17	16, 23, 25	5
5.	Empathy	21, 24	18, 20, 22, 26	6
Jumlah item		12	14	26

c. Uji alat ukur

1) Validitas

Validitas alat ukur dalam penelitian diuji menggunakan uji diskriminasi aitem dengan asumsi jika aitem memiliki daya beda yang baik, maka aitem tersebut dinyatakan valid atau baik dan memberi gambaran serta mampu mengukur atau mengungkap indikator alat ukur dengan baik, sehingga jumlah aitem yang sah atau valid dalam suatu alat ukur memberi gambaran bahwa alat tersebut valid atau baik. Uji validitas aitem pada penelitian ini ditentukan dengan mengikuti aturan uji diskriminasi aitem, yaitu aitem dengan *index corrected item total correlation* (r_{xy}) $\geq 0,30$ maka aitem tersebut dinyatakan memiliki validitas yang baik (Azwar, 2013).

Uji coba skala kualitas pelayanan dilaksanakan pada tanggal 21 Desember 2019. Uji coba dilakukan pada 150 individu para pengguna ojek daring khususnya Gojek dari segala kalangan. Ibu-Ibu, anak-anak, remaja, bapak-bapak, atau orang lanjut usia.

Hasil analisis validitas aitem pada data uji coba skala kualitas pelayanan dengan menggunakan program *Statistic Package for Social Science for Windows* (SPSS) versi 16.0, yang diuji coba pada 150 subjek dengan dua kali putaran menghasilkan 4 aitem gugur aitem nomor: 2,4,9 dan 15 aitem sah dengan *index corrected item total correlation* dari aitem – aitem yang sah bergerak dari 0,30 hingga 0,850. Distribusi aitem yang gugur dan valid dapat dilihat pada tabel 3. *Blue print* hasil uji kesahian aitem uji coba skala kualitas pelayanan.

Tabel 3. Hasil Uji Kesahihan Aitem Uji Coba Skala Kualitas Pelayanan

No.	Aspek	Aitem Gugur	Aitem Sahih
1.	<i>Tangibles</i>	2,4	1,7,3,6
2.	<i>Reliability</i>	9	5,8,10,13
3.	<i>Responsive</i>	15	11,14,19
4.	<i>Assurance</i>	-	12,16,17,23,25
5.	<i>Empathy</i>	-	18,20,21,22,24,26
	Total	4	22

Aitem yang sahah disusun ulang dengan memilih berdasarkan koefisien korelasi pada *corrected item - total Correlation* > 0,3 sehingga jumlah total aitem skala kualitas pelayanan sebanyak 22 aitem. Rancangan aitem skala kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel 4. Blue print penelitian skala kualitas pelayanan setelah uji coba.

Tabel 4. Blue Print Penelitian Skala Kualitas Pelayanan Setelah Uji Coba

No.	Aspek	Nomor Aitem		Total
		Favorabel	Unfavorabel	
1.	<i>Tangibles</i>	1, 7, 3	6	4
2.	<i>Reliability</i>	5,13	8, 10	4
3.	<i>Responsive</i>	11, 19	14	3
4.	<i>Assurance</i>	12, 17	16, 23, 25	5
5.	<i>Empathy</i>	21, 24	18, 20, 22, 26	6
	Jumlah item	11	11	22

iabilitas

Alat ukur yang baik juga dipersyaratkan memiliki reliabilitas yang baik. Reliabilitas atau keandalan alat ukur dapat diketahui jika alat ukur tersebut mampu menunjukkan hasil pengukuran yang relative sama bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama (Azwar, 2000). Reliabilitas merupakan indeks sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan diandalkan dengan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran kembali pada subjek yang sama (Hadi, 2004).

Reliabilitas fungsi ukur skala diestimasi melalui komputasi dua macam statistic, yaitu koefisien reliabilitas (r_{xy}) dan standar dalam pengukuran (s_e). Ghozali (2013) mengemukakan bahwa suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,70. Semakin di atas 0,70 atau mendekati angka 1.00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya, jika di bawah 0,70 atau mendekati angka 0 berarti semakin rendah nilai reliabilitasnya. Estimasi reliabilitas pada data uji coba skala

kualitas pelayanan dilakukan dengan menggunakan program *Statistic Package for Social Science for Windows* (SPSS) versi 16.0 dan menggunakan koefisien reliabilitas *alpha*.

Estimasi reliabilitas pada data uji coba skala kualitas pelayanan dilakukan dengan menggunakan program *Statistic Package for Social Science for Windows* (SPSS) versi 16.0, dan menggunakan koefisien reliabilitas *alpha*. Hasil analisis menunjukkan nilai *Alpha Cronbach* = 0,850 maka skala kualitas pelayanan dinyatakan reliabilitasnya baik.

2. Skala Kepuasan Pelanggan

a. Definisi operasional

Kepuasan konsumen adalah perasaan seorang pelanggan setelah menerima hasil kinerja yang ia pikirkan terhadap kinerja yang diharapkan dari hasil perbandingan.

b. Pengembangan Alat Ukur

Variabel ini diukur berdasarkan menggunakan pendapat dari Irawan (2008). Indikator yang digunakan, Kualitas product, harga, *service quality*, emosi, biaya dan kemudahan. Skala kualitas pelayanan dalam penelitian ini dikonstruksi sendiri oleh peneliti sebanyak beberapa aitem. Rancangan aitem skala kepuasan pelanggan dilihat pada tabel 5. Blue print uji coba skala kepuasan pelanggan.

Tabel 5. Blue Print Uji Coba Aitem Skala Kepuasan Pelanggan
Tabel 5. Blue Print Uji Coba Aitem Skala Kepuasan Pelanggan

No.	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
1.	Kualitas Produk	1, 10, 3	6, 14	5
2.	Harga	2, 7, 26	5, 9, 11	6
3.	<i>Service Quality</i>	4, 22	13, 21, 27	5
4.	Emosi	8, 17, 24	16, 18, 20, 23	7
5.	Biaya dan kemudahan	12, 25	15, 19	4
Jumlah item		13	14	27

c. Uji alat ukur

1) Validitas

Validitas alat ukur dalam penelitian diuji menggunakan uji diskriminasi aitem dengan asumsi jika aitem memiliki daya beda yang baik, maka aitem tersebut dinyatakan valid atau baik dan memberi

gambaran serta mampu mengukur atau mengungkap indikator alat ukur dengan baik, sehingga jumlah aitem yang sah atau valid dalam suatu alat ukur memberi gambaran bahwa alat tersebut valid atau baik. Uji validitas aitem pada penelitian ini ditentukan dengan mengikuti aturan uji diskriminasi aitem, yaitu aitem dengan *index corrected item total correlation* (r_{xy}) $\geq 0,30$ maka aitem tersebut dinyatakan memiliki Uji coba skala kualitas pelayanan dilaksanakan pada tanggal 21 Desember 2019. Uji coba dilakukan pada 150 individu para pengguna ojek daring khususnya Gojek dari segala kalangan. Ibu-Ibu, anak-anak, remaja, bapak-bapak, atau orang lanjut usia.

Hasil analisis validitas aitem pada data uji coba skala kepuasan pelanggan dengan menggunakan program *Statistic Package for Social Science for Windows* (SPSS) versi 16.0, yang diuji coba pada 150 subjek dengan tiga kali putaran menghasilkan 4 aitem gugur (aitem nomor: 10,12,17, dan 26 aitem sah dengan *index corrected item total correlation* dari aitem – aitem yang sah bergerak dari 0,30 hingga 0,865. Distribusi aitem yang gugur dan valid dapat dilihat pada tabel 6. Blue print hasil uji kesahihan aitem uji coba skala kepuasan pelanggan.

Tabel 6. Hasil Uji Kesahihan Aitem Uji Coba Skala Kepuasan Pelanggan

No.	Aspek	Aitem Gugur	Aitem Sahih
1.	Kualitas Produk	10	1,3,6,14
2.	Harga	26	2, 7,5, 9, 11
3.	<i>Service Quality</i>	-	4, 22,13, 21, 27
4.	Emosi	17	8, 24,16, 18, 20, 23
5.	Biaya dan Kemudahan	12	25,15, 19
Total		4	23

Aitem yang sah disusun ulang dengan memilih berdasarkan koefisien korelasi pada *corrected item - total Correlation* $> 0,3$ sehingga jumlah total aitem skala kepuasan pelanggan sebanyak 23 aitem. Rancangan aitem skala kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel 7. *blue print* penelitian skala kepuasan pelanggan setelah uji coba.

Tabel 7. *Blue Print* Skala Kepuasan Pelanggan Setelah Uji Coba

No.	E Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
1.	Kualitas Produk	1, 3	6, 14	4
2.	Harga	2, 7	5, 9, 11	5
3.	Service Quality	4, 22	13, 21, 27	5
4.	Emosi	8, 24	16, 18, 20, 23	6
5.	Biaya dan kemudahan	25	15, 19	3
	Jumlah item	9	14	23

2) Reliabilitas

Alat ukur yang baik juga dipersyaratkan memiliki reliabilitas yang baik. Reliabilitas atau keandalan alat ukur dapat diketahui jika alat ukur tersebut mampu menunjukkan hasil pengukuran yang relative sama bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama (Azwar, 2000). Reliabilitas merupakan indeks sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan diandalkan dengan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran kembali pada subjek yang sama (Hadi, 2004).

Reliabilitas fungsi ukur skala diestimasi melalui komputasi dua macam statistic, yaitu koefisien reliabilitas (r_{xy}) dan standar dalam pengukuran (s_e). Ghazali (2013) mengemukakan bahwa suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,70. Semakin di atas 0,70 atau mendekati angka 1.00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya, jika di bawah 0,70 atau mendekati angka 0 berarti semakin rendah nilai reliabilitasnya. Estimasi reliabilitas pada data uji coba skala kematangan emosi dilakukan dengan menggunakan program *Statistic Package for Social Science for Windows* (SPSS) versi 16.0 dan menggunakan koefisien reliabilitas *alpha*.

Estimasi reabilitas pada data uji coba skala kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan program *Statistic Package for Social Science for Windows* (SPSS) versi 16.0, dan menggunakan koefisien reliabilitas *alpha*. Hasil analisis menunjukkan nilai *Alpha Cronbach* = 0,865 maka skala Kepuasan Pelanggan dinyatakan reliabilitasnya baik.

D. Uji Prasyarat dan Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan (Singarimbun dan Effendi, 1995). Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar kedua variabel penelitian ini adalah uji korelasi *product moment pearson*. Sebelum uji analisis data dilakukan, ada dua syarat yang harus dilakukan yaitu uji normalitas dan uji linearitas.

1. Uji Prasyarat

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui sebaran dari variabel terikat. Suatu variabel dinyatakan mengikuti kurva normal apabila taraf signifikansinya dari Koefisien Kolmogorov Smirnov yang diperoleh lebih dari 5%. Uji normalitas sebaran ini menggunakan teknik Kolmogorov Smirnov dengan bantuan SPSS Versi 16.0. Kaidah yang digunakan adalah jika ($p \geq 0,05$) maka sebaran dinyatakan normal (Hadi, 2000). Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 8. Hasil uji normalitas.

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas Sebaran

Variabel	Kolmogorov-Smirnov (Z)	Signifikansi (p)	Keterangan
P	0.822	0,509	Terdistribusi Normal
Kepuasan pelanggan	0,948	0,330	Terdistribusi Normal

b. Uji Linieritas

Uji linearitas dilakukan untuk memastikan derajat hubungan antara tiap – tiap variabel, dengan cara membandingkan antara regresi linier dan regresi kuadratik. Perbedaan ini diuji melalui nilai F dalam sumber perbedaan tersebut. Jika *linearity* mempunyai taraf signifikansi ($p < 0,01$) maka korelasi antara variabel penelitian dinyatakan linear (Hadi, 2000). Hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel 9. Hasil uji linearitas.

Tabel 9. Hasil Uji Linieritas

Linearitas	F	p	Keterangan
Hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan dengan variabel Kepuasan Pelanggan	620.696	0,000 ($p < 0,05$)	Terdapat hubungan yang linear

2. Analisis Data

Setelah dilihat dari kedua uji prasyarat di atas menunjukkan bahwa kedua syarat terpenuhi yaitu kedua skala memiliki skor yang terdistribusi normal. dan

ada hubungan yang linier antar variable maka dapat dianalisa dengan korelasi *product moment pearson*. Sebelum dianalisa perlu untuk mengetahui kaidah korelasi *product moment pearson*.

Menurut Sugiyono (2015) kaidah uji signifikansi hasil uji korelasi adalah:

- a. Bila p dari r_{hitung} lebih kecil atau sama 0,010 maka hubungan antara ubahan bebas dengan ubahan terikat adalah sangat signifikan;
- b. Bila p dari r_{hitung} lebih kecil atau sama 0,050 maka hubungan antara ubahan bebas dengan ubahan terikat adalah signifikan;
- c. Bila p dari r_{hitung} lebih besar dari 0,050 maka hubungan antara ubahan bebas dengan ubahan terikat adalah nirsignifikan.

Menurut Sugiyono (2015) kaidah kekuatan korelasi digunakan batasan sebagai berikut:

- a) 0,00 – 0,25 berarti korelasi sangat lemah;
- b) > 0,25 – 0,50 berarti korelasi cukup;
- c) > 0,50 – 0,75 berarti korelasi kuat;
- d) > 0,75 – 1,00 berarti korelasi sangat kuat.

Arah korelasi dapat dilihat dari tanda dari koefisien korelasi, yaitu positif (+) atau negatif (-). Korelasi positif menunjukkan bahwa bila variabel X bertambah besar maka variabel Y semakin bertambah besar, bila variabel X bertambah kecil maka variabel Y semakin bertambah kecil. Korelasi negatif menunjukkan bahwa bila variabel X bertambah besar maka variabel Y semakin bertambah kecil, bila variabel X bertambah kecil maka variabel Y semakin bertambah besar (Sugiyono, 2015).

Setelah mengetahui kaidah dasar korelasi *product moment pearson* maka selanjutnya bisa dilakukan uji korelasi *product moment pearson* dapat dilihat pada bab IV.