

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausalitas yaitu desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antarvariabel. Dimana hubungan sebab-akibat tersebut sudah dapat diprediksi oleh peneliti dapat menyatakan klasifikasi variabel-variabelnya. Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas yaitu persepsi masyarakat dan kepercayaan konsumen..Sedangkan variabel terikatnya yaitu loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen. .

Sedangkan pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme (filsafat yang beranggapan bahwa pengetahuan itu semata-mata berdasarkan pengalaman dan ilmu yang pasti), digunakan untuk meneliti pada populasi / sampel tertentu.

3.2 Sumber Data

3.2.1 Data Primer

Data primer penelitian diambil secara langsung dari responden melalui pengisian identitas responden (nama, umur, pekerjaan, dan alamat), jawaban dari pertanyaan pada kuesioner pengaruh persepsi masyarakat dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pada jasa transportasi online Maxim.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data berupa suatu permintaan tentang sifat, keadaan, kegiatan tertentu dan sejenisnya. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian. Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis mengambil objek penelitian pada jasa transportasi online Maxim di kota Bandar Lampung. Pengumpulan data dalam penelitian pada jasa transportasi online Maxim di kota Bandar Lampung menggunakan cara berikut :

1. kuesioner

Teknik pengumpulan in ²⁶ si yang memungkinkan analisis mempelajari Sikap-sikap, perilaku serta karakteristik di beberapa pengguna sistem.

3..4. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan Maxim kota Bandar Lampung yang menggunakan jasa layanan transportasi online Maxim.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memenuhi kriteria penelitian. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel, metode yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu teknik sampling yang memberi peluang atau kesempatan tidak sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pemilihan elemen-elemen sampel didasarkan pada kebijakan peneliti sendiri. *Purposive Sampling* dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Penentuan sampel dilihat berdasarkan pertimbangan berikut:

a. Kriteria Responden

Tabel 3.1 Kriteria Responden

No	Kriteria Responden
1	Laki – laki dan perempuan.
2	Usia 17 – 55 tahun.
3	Memiliki aplikasi Maxim.
4	Bisa mengoperasikan smartphne dengan baik.
5	Responden yang menggunakan Maxim lebih dari 3 kali order

Sumber : diperoleh dari peneliti.

b. Jumlah Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini didasarkan pada perhitungan SEM yang dikemukakan Rusadi meilin (2019) adalah: (Jumlah indikator + jumlah variabel laten) x (5 sampai 10 kali) Berdasarkan pedoman tersebut, maka jumlah sampel maksimal untuk penelitian ini adalah: Sampel maksimal = $(14 + 4) \times 10 = 180$ responden Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel maksimal dalam penelitian ini adalah 180 responden yang menggunakan jasa transportasi Maxim.

3.4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1. Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab munculnya perubahan pada variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini adalah persepsi masyarakat dan kepercayaan konsumen.

2 Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini adalah loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen.

3.5.2 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Loyalitas Konsumen	Hasan (2015) mengatakan loyalitas konsumen adalah orang yang membeli secara teratur dan berulang-ulang, mereka secara terus menerus dan berulang kali datang kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk tersebut)	komitmen konsumen terhadap jasa layanan transportasi Maxim berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang.	Menurut penelitian Griffin (dalam Sangadji dan Sopiah,2015) 1.Melakukan pembelian secara teratur. 2.Melakukan pembelian di semua lini produk atau jasa. 3.Merekomendasikan produk lain. 4.Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing	Skala Likert
2	Kepuasan Konsumen	Atmaja (2018), mengemukakan bahwa kepuasan masyarakat perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dan membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan produk atau	perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja hasil layanan jasa transportasi online Maxim.	Indikator menurut kotler (2016) yaitu : 1.Loyal terhadap produk 2. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif 3. Perusahaan menjadi pertimbangan	Skala Likert

		layanan dengan harapan.			
3	Persepsi Masyarakat	Keller (2016) menyatakan bahwa persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.	Pandangan masyarakat terhadap pelayanan jasa transportasi <i>online</i> Maxim.	Indikator persepsi menurut Machfoedz dalam Nafilah (2012) terdiri dari : 1. Seleksi. 2. Organisasi. 3. Interpretasi.	Skala Likert
4	Kepercayaan Konsumen	Kepercayaan didefinisikan sebagai persepsi kepercayaan terhadap keandalan perusahaan yang ditentukan oleh konfirmasi sistematis tentang harapan terhadap tawaran perusahaan. Zaltman (2015),	Tingkat kepercayaan konsumen terhadap jasa layanan transportasi online Maxim.	Menurut Nguyen et al (2014) indikator percayaan yaitu : 1. <i>Trustworthy</i> . 2. <i>Benefit</i> . 3. <i>promise</i> . 4. <i>Job Right</i> .	Skala Likert

Sumber : diperoleh dari jurnal – jurnal yang terdapat di *website*.

3.6. Metode Analisa Data

Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Square* (PLS) menggunakan *software Smart PLS* versi 3. PLS adalah salah satu metode penyelesaian *Struktural Equation Modeling* (SEM) yang dalam hal ini lebih dibandingkan dengan teknik-teknik SEM lainnya. SEM memiliki tingkat fleksibilitas yang lebih tinggi pada penelitian yang menghubungkan antara teori dan data, serta mampu melakukan analisis jalur (*path*) dengan variabel laten sehingga sering digunakan oleh peneliti yang berfokus pada ilmu sosial. *Partial Least Square* (PLS) merupakan metode analisis yang cukup kuat karena tidak didasarkan pada banyak asumsi. Data juga tidak harus berdistribusi normal multivariate (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval sampai ratio dapat digunakan pada model yang sama), sampel tidak harus besar (Gozali, 2012). *Partial Least Square* (PLS) selain dapat mengkonfirmasi teori, namun juga untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. Selain itu PLS juga digunakan untuk mengkonfirmasi teori, sehingga dalam penelitian yang berbasis prediksi PLS lebih cocok untuk menganalisis data.

Partial Least Square (PLS) juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. *Partial Least Square* (PLS) dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator refleksif dan formatif. Hal ini tidak dapat dilakukan oleh SEM yang berbasis kovarian karena akan menjadi *unidentified* model. Pemilihan metode *Partial Least Square* (PLS) didasarkan pada pertimbangan bahwa dalam penelitian ini terdapat 4 variabel laten yang dibentuk dengan indikator refleksif dan variabel diukur dengan pendekatan refleksif *second order factor*. Model refleksif mengasumsikan bahwa konstruk atau variabel laten mempengaruhi indikator, dimana arah hubungan kausalitas dari konstruk ke indikator atau *manifest* (Ghozali, 2012) sehingga diperlukan konfirmasi atas hubungan antar variabel laten.

Pendekatan untuk menganalisis *second order factor* adalah menggunakan *repeated indicators approach* atau juga dikenal dengan *hierarchical component model*. Walaupun pendekatan ini mengulang jumlah variabel *manifest* atau indikator, namun demikian pendekatan ini memiliki keuntungan karena model ini dapat diestimasi dengan algoritma standar PLS (Ghozali, 2012).

3.6.1 Pengukuran Model (Outer Model)

Convergent *validity* dari model pengukuran dengan model reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item *score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran refleksi dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin di ukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,5 sampai 0,60 dianggap cukup (Chin,1998 dalam Ghozali, 2012) *Discriminant validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi memperdiksi ukuran pada blok yang lebih baik daripada ukuran blok lainnya. Maka dikatakan memiliki nilai diskriminant validity yang baik. Pengukuran ini digunakan untuk mengukur realibilitas *component score* variabel laten dan hasilnya lebih konservatif dibandingkan dengan *composite reability*. *Composite reability* yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasikan dengan dua macam ukuran yaitu adalah interal *consistency* dan *Cronbach's Alpha*(Ghozali,2012).

3.6.2 Evaluasi Struktur Model (Inner Model)

Inner model menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori *substantif*. Model struktural di evaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, *Cross-validated redundancy* (Q) atau Q square serta signifikansi dari *Path Coefficients* atau koefisien jalur. Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh nilai variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif (Ghozali,2006) .Di samping melihat nilai *R-square*, model PLS juga di evaluasi dengan melihat *Q-square prediktif* relevansi. *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.

3.7 Pengujian Hipotesis

Ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai α dan *p-value*. Jika *p-value* lebih kecil dibanding nilai α (0,05), berarti hipotesis

terdukung atau diterima (Suharyadi dan Purwanto,2015). Dalam penelitian ini untuk tingkat keyakinan 95% (*alpha* 95 persen).