

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan komparatif. Penelitian komparatif menurut Sugiyono (2014:54) adalah penelitian yang membandingkan keadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau dua waktu yang berbeda. Adapun penerapan penelitian komparatif pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui perbandingan antara layanan transportasi online gojek dan grab di Indonesia.

3.2 Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab masalah risetnya secara khusus (Sugiyono, 2016). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dari jawaban kuesioner yang dibagikan kepada para pengguna layanan transportasi online gojek dan grab di Indonesia.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini akan menggunakan metode dalam pengumpulan data yaitu Angket atau Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dimana responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti (Sugiyono, 2016). Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Skala pengukuran dalam kuesioner ini menggunakan skala interval. Berikut tabel skala dalam penelitian ini:

Tabel 3.1 Instrumen Skala Interval

No	Keterangan	Nilai
1.	Sangat setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2018.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna dua transportasi *online* Gojek dan Grab di Indonesia.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non *probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti.

Kriteria responden yang diambil sebagai sampel adalah sebagai berikut:

1. Berusia minimal 16 tahun
2. Pengguna kedua layanan jasa transportasi online gojek dan grab

Penentuan jumlah sampel yang representative menurut Hair et al (2010) adalah dimana jumlah sampel ini sama dengan jumlah pernyataan dikalikan derajat kepercayaan 5 hingga 10. Jumlah indikator dalam penelitian ini sejumlah 34. Sehingga, jumlah sampel penelitian ini dapat ditentukan dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Total pernyataan} \times \text{Derajat kepercayaan} \\ &= 34 \times 5 \\ &= 170 \text{ Responden}\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas di dapatkan 170 sampel responden yang dapat mewakili pengguna dua (2) aplikasi Gojek dan Grab di Indonesia.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Variabel penelitian dalam penelitian ini diantaranya kualitas pelayanan, harga, promosi dan kemudahan penggunaan.

3.6 Definisi operasional

Operasionalisasi variabel menjelaskan mengenai variabel yang diteliti, konsep, indikator, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel penelitian. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Berikut definisi operasional variabel penelitian ini:

Tabel 3.2 Definisi Operasional

NO	Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Kualitas Pelayanan	kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) pelanggan dengan Kualitas pelayanan yang diharapkan (Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwaty, 2017)	Kualitas pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan.	1. <i>Tangible</i> 2. <i>Empathy</i> 3. <i>Reliability</i> 4. <i>Responsiveness</i> 5. <i>Assurancess</i> (Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwaty, 2017)	Skala Interval
2.	Harga	Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa	Harga yaitu uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibelinya	1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas jasa 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dan manfaat	Skala Interval

		(Kotler dan Armstrong dalam Krisdayanto, 2018)		(Kotler dan Armstrong dalam Krisdayanto, 2018)	
3.	Promosi	Promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan (Kotler dan Armstrong, 2019)	Promosi adalah upaya dalam memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesan Promosi 2. Media Promosi 3. Waktu Promosi (Kotler dan Keller, 2016)	Skala Interval
4.	Kemudahan penggunaan	persepsi kemudahan penggunaan sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana pengguna percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah (Amijaya,2010)	Tingkatan dimana seseorang meyakini bahwa menggunakan produk tersebut mudah dan tidak memerlukan usaha keras.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efisiensi Waktu 2. kemampuan melakukan transaksi 3. kemudahan operasional 4. penggunaan yang fleksibel (Amijaya,2010)	Skala Interval

3.7 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS 26.0 (Statistical Package for Social Science).

3.8 Uji Persyaratan Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah alat ukur yang digunakan dalam pengukuran yang dapat digunakan untuk melihat tidak adanya perbedaan antara data yang di dapat oleh peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti (Rambat Lupioadi, 2015). Sesuatu instrument yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah dan untuk mengukur tingkat validitas dalam penelitian ini digunakan rumus *Korelasi product moment* melalui program SPSS 26.0

Prosedur pengujian

1. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka intrumen valid
Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument tidak valid
2. Jika nilai Sig. $\leq 0,05$ maka soal dinyatakan valid
Jika nilai Sig. $< 0,05$ maka soal dinyatakan tidak valid
3. Pengujian validitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 26*).

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan (Rambat Lupioadi, 2015). Fungsi dari uji reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama.

Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrument reliabel berarti instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode alpha cronsbatch.

Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 26.

Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai *r alpha* indeks korelasi.

Tabel 3.3 Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000-1,0000	Sangat Tinggi
0,6000-0,7999	Tinggi
0,4000-0,5999	Sedang
0,2000-0,3999	Rendah
0,0000-0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2015)

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Independent Sample T-Test

Analisis yang digunakan untuk uji hipotesis penelitian yaitu uji beda atau uji T. Uji T yang digunakan yaitu Uji Independent Sample T Test. Uji Independent Sample T-Test adalah metode yang digunakan untuk membandingkan dua kelompok mean dari dua sampel yang berbeda (independent). Pada prinsipnya uji Independent Sample T-Test berfungsi untuk mengetahui apakah ada perbedaan mean antara 2 populasi dengan membandingkan dua mean sampelnya. Sebelum dilakukan analisis Independent Sample T-Test, terlebih dahulu data harus memenuhi syarat awal, syarat tersebut antara lain:

- 1) Data berbentuk interval atau rasio
- 2) Data sampel berasal dari populasi yang terdistribusi normal
- 3) Variansi antara dua sampel yang dibandingkan tidak berbeda secara signifikan (homogen)
- 4) Data berasal dari dua sampel yang berbeda

Pengujian hipotesis yang dilakukan dengan analisis Independent Sample T-test pada program SPSS, pengambilan keputusannya dilakukan dengan cara membandingkan nilai thitung dengan ttabel dengan ketentuan:

- a. Jika $\pm \text{thitung} < \pm \text{ttabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- b. Jika $\pm \text{thitung} > \pm \text{ttabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Selain itu, pengambilan keputusan juga dapat dilihat dari taraf signifikan p (Sig(2-tailed)). Jika $p > 0,05$ maka H_0 diterima dan jika $p < 0,05$ maka H_0 ditolak (Triton, 2006: 175).