

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Analisis kuantitatif adalah suatu analisis data yang dilandaskan pada filsafat positivisme yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode yang digunakan adalah kausalitas yaitu bentuk penelitian dengan menggunakan minimal dua variabel atau lebih dalam penelitian ini akan melihat Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Harga terhadap Loyalitas pelanggan pada ojek *online* Gojek di Bandar Lampung.

1.2 Sumber Data

Sumber data didalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari lapangan atau yang diperoleh dari responden yaitu pelanggan ojek *online* Gojek di Bandar Lampung. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuisisioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden.

1.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai didalam penelitian ini adalah metode *field research* dengan cara turun secara langsung ke lapangan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab pernyataan tertulis kepada responden yang pernah menggunakan jasa transportasi *online* Gojek .

Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah skala likert. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu :

Tabel 3. 1
Jawaban setiap item instrument

SS	Sanga Setuju	Skor 5
S	Setuju	Skor 4
CS	Cukup Setuju	Skor 3
TS	Tidak Setuju	Skor 2
STS	Sangat Tidak Setuju	Skor 1

Sumber : Sugiyono (2017)

1.4 Populasi dan Sampel

1.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah 87.000 para pengguna jasa transportasi ojek *online* Gojek di Bandar Lampung. Sumber (tribunlampung.co.id,.17 November 2019. 14:28 wib)

1.4.2 Sampel

Sample adalah sebagian dari populasi yang diteliti atau diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Pada penelitian ini sampel diambil menggunakan rumus slovin.

Pehitungan Sampel :

$$n = \frac{87.000}{(1+87.000(0,1)^2)}$$

$$n = \frac{87.000}{(1+87.000(0,01))}$$

$$n = 99,885 = 100$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (error)

Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu yang ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 2
Kriteria Pemilihan sampel

No	Kriteria Pemilihan Sampel
1	Berusia minimal 17 tahun baik untuk laki-laki maupun perempuan, dimana pada usia ini diasumsikan responden telah mampu dan mengerti serta dapat menanggapi masing-masing pertanyaan atau pernyataan dalam kuisisioner penelitian dengan baik.
2	Pengguna yang memiliki penghasilan diatas 2 juta rupiah
3	Pelanggan Gojek yang minimal menggunakan lebih dari 3 bulan jasa transportasi <i>online</i> Gojek di Bandar Lampung.

Sumber : Data Diolah, 13 Desember 2019

1.5 Variabel Penelitian

1.5.1 Variabel Independen

Variabel independen (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel bebas adalah Kualitas Jasa (X1), Kepercayaan (X2) dan Harga (X3)

1.5.2 Variabel Dependen

Variabel dependen (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, dalam penelitian ini adalah Loyalitas (Y).

1.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan variabel yang dapat diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian atau objek yang diteliti.

Secara operasional masing-masing variabel dapat diukur melalui indikator-indikator sebagai berikut :

Tabel 3. 3
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Jasa (X1)	Wyckof (2012) Kualitas Jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.	kualitas jasa yang diberikan Gojek memegang peranan penting, pelanggan akan memiliki harapan atas suatu pelayanan dibandingkan dengan pelayanan yang diterima untuk menentukan terpenuhi atau tidaknya harapan atas pelayanan yang diberikan.	1. Berwujud (<i>Tangible</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Respon/Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Emphaty</i>) Hardiansyah (2011)	Interval
Kepercayaan (X2)	Menurut McShane & Von Glinow (2015) Kepercayaan adalah harapan positif yang dimiliki seseorang terhadap orang lain dalam situasi yang melibatkan resiko.	Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya.	1. Kemampuan (<i>Ability</i>) 2. Kebaikan (<i>Benevolence</i>) 3. Integritas (<i>integrity</i>) Mayer et al dalam Rossalina dan Madinal (2015)	Interval
Harga (X3)	Menurut Kotler dan Armstrong (2010) mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau	Harga merupakan jumlah nominal yang harus dibayar sesuai dengan kesepakatan dengan manfaat yang diberikan dari pemberi	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Kesesuaian harga dengan manfaat	Interval

	jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena menggunakan produk atau jasa tersebut.	barang atau jasa.	Menurut Kotler dan Keller dalam Yusa (2018)	
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas menurut Tjiptono (2011) adalah perilaku pembelian ulang semata mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikarenakan memang hanya satu-satunya merk yang tersedia, merk termurah dan sebagainya).	Loyalitas merupakan kepercayaan konsumen tetap menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan secara berulang dan merekomendasikan kepada orang lain tentang barang atau jasa yang mereka gunakan.	1. Kesetiaan Dalam Pembelian Produk Dari Perusahaan (<i>Repeat Purchase</i>) 2. Ketahanan Terhadap Pengaruh Negatif Mengenai Perusahaan (<i>Retention</i>) 3. Mereferensikan Secara Total Mengenai Eksistensi Dari Perusahaan (<i>Referalls</i>). Menurut Kotler dan Keller (2012)	Interval

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah alat ukur yang digunakan dalam pengukuran yang dapat digunakan untuk melihat tidak adanya perbedaan antara data yang didapat oleh peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Sesuatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah dan untuk mengukur tingkat validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi product moment melalui program SPSS 20.0 Pada pengujian validitas ini menggunakan sample sebanyak 30 yang dianggap dapat menjadi acuan apakah data tersebut valid atau tidak.

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Pernyataan dari kusioner tidak mengukur aspek yang sama

H_1 : Pernyataan dari kusioner mengukur aspek yang sama

2. Kriteria Pengujian :

Apabila $Sig < 0.05$ maka H_0 diterima (intrumen valid).

Apabila $Sig > 0.05$ maka H_0 ditolak (intrumen tidak valid).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. 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, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode *Alpha Cronbach*.

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 20.0 Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

Tabel 3. 4
Interprestasi Nilai R

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1.0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 - 1,9999	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono 2016

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Uji Normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametric. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sample yang diambil sudah refresentatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sample bisa dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini peneliti dibantu oleh program SPSS 20.0.

Prosedur Pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

H₁ : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila Sig < 0.05 maka Ho ditolak (distribusi sample tidak normal)

Apabila Sig > 0.05 maka Ho diterima (distribusi sample normal)

3.8.2 Uji Homogenitas Sampel

Uji homogenitas yaitu suatu pengamatan satu dengan pengamatan yang lain sama agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat. Uji homogenitas pada penelitian ini penulis dibantu oleh program SPSS 20.0.

Prosedur Pengujian

1. Rumusan Hipotesis

H_0 = Model regresi berbentuk homogen.

H_1 = Model regresi tidak berbentuk homogen.

2. Kriteria Pengujian

Jika Probabilitas (Sig) > 0,05 maka H_0 diterima.

Jika Probabilitas (Sig) < 0,05 maka H_0 ditolak.

3.8.3 Uji Linieritas Sampel

Uji linearitas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau pun regresi linier. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS 20.0 dengan melihat table Anova atau sering disebut *Test for Linearity*.

Prosedur Pengujian

1. Rumusan Hipotesis

H_0 = Model regresi berbentuk linear.

H_1 = Model regresi tidak berbentuk linear.

2. Kriteria Pengujian

Jika probabilitas (Sig) > 0,05 maka H_0 diterima.

Jika probabilitas (Sig) < 0,05 maka H_0 ditolak.

3.8.4 Uji Multikolinieritas Sampel

Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan kolerasi yang sangat kuat. Uji multikolinieritas

bertujuan untuk menguji apakah ada model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas ada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Metode untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation faktor* (VIF). Batas dari *tolerance value* $> 0,1$ atau VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Kriteria pengujian:

1. Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikolinieritas.
Jika nilai VIF ≤ 10 maka tidak ada gejala multikolinieritas.
2. Jika nilai *tolerance* $< 0,1$ maka ada gejala multikolinieritas.
Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ maka tidak ada gejala multikolinieritas.
3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS
4. Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (Sig) $> 0,1$ maka variable X multikolinieritas atau tidak multikolinieritas.

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independen yaitu Kualitas Jasa (X1), Kepercayaan (X2), Harga (X3). Variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Ojek Online Gojek. Maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS *ram and Service Solution* seri 20.0 Persamaan umum regresi linear berganda yaitu digunakan sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (Loyalitas Y)

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

- β = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)
 X_1 = Variabel independen (Kualitas Jasa)
 X_2 = Variabel independen (Kepercayaan)
 X_3 = Variabel independen (Harga)
 e = Standar Error

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji Parsial (Uji-T)

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

1. Pengaruh Kualitas Jasa (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan pada Ojek Online Gojek (Y)

H_0 = Kualitas Jasa tidak berpengaruh terhadap
 Loyalitas pelanggan pada Ojek Online
 Gojek di Bandar

Lampung.

H_a = Kualitas Jasa berpengaruh terhadap
 Loyalitas pelanggan pada Ojek Online Gojek di Bandar
 Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak
 Jika nilai t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima
- b. Jika nilai Sig $<$ 0,05 maka H_0 ditolak
 Jika nilai Sig $>$ 0,05 maka H_0 diterima

1. Pengaruh Kepercayaan (X2) terhadap Loyalitas pelanggan pada Ojek Online Gojek (Y)

Ho=Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Ojek *Online* Gojek di Bandar Lampung.

Ha= Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Ojek *Online* Gojek di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

- a. Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka Ho ditolak
Jika nilai t hitung $<$ t tabel maka Ho diterima
- b. Jika nilai Sig $<$ 0,05 maka Ho ditolak
Jika nilai Sig $>$ 0,05 maka Ho diterima

1. Pengaruh Harga (X3) terhadap Loyalitas pelanggan pada Ojek Online Gojek (Y)

Ho= Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Ojek Online Gojek di Bandar Lampung.

Ha= Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Ojek Online Gojek di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka Ho ditolak
Jika nilai t hitung $<$ t tabel maka Ho diterima
- b. Jika nilai sign $<$ 0,05 maka Ho ditolak
Jika nilai sign $>$ 0,05 maka Ho diterima

3.10.2 Uji Simultan (Uji-F)

Uji F dengan uji serentak atau uji model atau uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

1. Pengaruh Kualitas Jasa (X1), Kepercayaan (X2), dan Harga (X3) terhadap Loyalitas (Y) pelanggan pada Ojek *Online* Gojek di Bandar Lampung.

H_0 = Kualitas Jasa (X1), Kepercayaan (X2), dan Harga (X3) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan pada Ojek *Online* Gojek di Bandar Lampung (Y).

H_a = Kualitas Jasa (X1), Kepercayaan (X2), dan Harga (X3) berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan pada Ojek *Online* Gojek di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai f hitung $> f$ tabel maka H_0 ditolak
Jika nilai f hitung $< f$ tabel maka H_0 diterima
- b. Jika nilai Sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak
Jika nilai Sig $> 0,05$ maka H_0 diterima