

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif, jenis penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik (Sugiyono, 2016 p.30). Metode yang digunakan yaitu survei, penelitian ini akan menganalisis sikap konsumen pengguna Gojek di Bandar Lampung .

3.2 Sumber Data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses selama berlangsungnya penelitian. Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah :

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian secara khusus. Data primer yang digunakan untuk penelitian ini adalah data dari hasil jawaban kuisioner yang dibagikan kepada konsumen sebelum dan sesudah menggunakan Gojek di kota Bandar Lampung.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain bukan secara langsung diperoleh dari sumbernya. Data sekunder antara lain dapat berupa buku atau berbagai bentuk terbitan secara periodik yang diterbitkan oleh organisasi atau instansi tertentu. Misalnya : data jumlah penduduk di Kota Bandar Lampung berdasarkan usia 15 – 50 tahun yang diambil dari situs resmi. (www.lampung.bps.go.id, di akses pada 7 april 2018).

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016 p.193) metode pengumpulan data adalah pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Dalam penelitian ini, metode yang dipergunakan adalah metode survey melalui angket, yaitu penelitian yang menggunakan metode pengumpulan data dengan cara membagikan kuesioner kepada responden yang memuat daftar pertanyaan tentang permasalahan yang sedang diteliti dan meminta kesediaan responden untuk menjawab daftar pertanyaan tersebut.

Metode ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan peneliti memperoleh data-data berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Data tersebut dapat di peroleh dengan cara : Kuesioner, yaitu mengadakan pengumpulan data dengan membagikan kuisisioner kepada responden mengenai hal-hal yang terkait dengan sikap konsumen pengguna Gojek. Diukur secara khas pada sebuah skala interval dengan ketentuan:

Tabel 3.1 Skala Penilaian

Kepercayaan (bi)	Skor	Evaluasi (ei)	Skor
Sangat Setuju (SS)	5	Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4	Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3	Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2	Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

1.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016 p.80) Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah penduduk Kota Bandar Lampung tahun 2015 yang terbagi dari kelompok umur untuk kelompok usia 15-19 tahun sebanyak 93.599

orang sedangkan untuk kelompok umur tahun 20-29 tahun sebanyak 189.963 orang, untuk kelompok umur tahun 30-39 tahun sebanyak 155.602 orang, kelompok umur tahun 40-50 tahun sebanyak 132.064 orang, jadi total keseluruhan populasi sebesar 571.228.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah/karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono,2016). Sampel pada penelitian ini yaitu masyarakat kota Bandar Lampung. Dalam penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan metode *probability sampling* yaitu dengan menggunakan teknik *cluster purposional sampling* yaitu teknik ini disebut juga *cluster random sampling*.

Untuk mengukur penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, yakni 10% atau 0,1.

Berdasarkan rumus diatas, maka besarnya sampel adalah:

$$n = \frac{571.228}{1 + 571.228 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{571.228}{5713}$$

$N = 99,9$ dibulatkan 100.

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang diperoleh adalah sebanyak 100 responden. Selanjutnya setelah

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{[(\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Dimana:

r = Korelasi antara variabel X dan Y

n = Jumlah responden

X = Jumlah skor item

Y = Jumlah skor total seluruh item

Prosedur pengujian :

1. Rumus Hipotesis

- Ho = Jika probabilitas (sig.) < a 0,05 maka instrumen valid

- H₁ = Jika probabilitas (sig.) > a 0,05 maka instrumen tidak valid

2. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan probabilitas (sig) dengan alpha (0,05) maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

1.5.2 Uji Reliabilitas Angket

Menurut Sugiyono (2016 p.121), reliabilitas artinya memiliki sifat dapat dipercaya, yaitu apabila alat ukur digunakan berkali-kali oleh peneliti yang sama atau oleh peneliti lain tetap memberikan hasil yang sama. 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 prosedur yang sama dengan uji validitas. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya.

Tabel 3. 2 Nilai r Korelasi *Product Moment*

Koefisien nilai r	Kategori
0,8000 - 1,0000	Sangat tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang / cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat rendah

Sumber : Sugiyono (2016 p.184).

3.6 Operasional Variabel

Tabel 3.3 Operasional Variabel

Variabel	Definisi konsep	Definisi operasional	Indikator	Skala
Sikap	Sikap adalah evaluasi, perasaan, dan cenderung seseorang yang relatif konsisten terhadap suatu objek atau gagasan yang terdiri dari aspek keyakinan dan evaluasi atribut. Umar Husein (2010:147)	Evaluasi perasaan yang konsisten dalam Aspek keyakinan dan evaluasi atribut dari sikap terhadap sebelum dan sesudah menggunakan Gojek di Bandar Lampung	Kognitif : Berisi kepercayaan seseorang mengenai pandangan atau (opini). Afektif: Merupakan perasaan individu terhadap objek sikap dan menyangkut masalah emosi. Prilaku/Konatif Komponen prilaku atau dalam konatif dalam struktur sikap menunjukkan bagaimana prilaku dan kecenderungan berperilaku.	Interval

3.7 Uji Persyaratan Analisis Data

1.7.1 Uji Normalitas sampel

Menurut Rambat Lupiyoadi (2015 p.134), Uji normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik. Uji ini juga digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah

representatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Uji normalitas sampel dalam penelitian ini penulis menggunakan uji *non parametrik one sampel kolmogorof smirnov (KS)*.

Prosedur pengujian :

1. Rumusan hipotesis:
 - H_0 : Data berasal dari populasi berdistribusi normal
 - H_1 : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.
2. Kriteria pengambilan keputusan :
 - Apabila $Sig < 0.05$ maka H_0 ditolak (distribusi sampel tidak normal)
 - Apabila $Sig > 0.05$ maka H_0 diterima (distribusi sampel normal).

1.8 Metode Analisis Data

1. Analisis data dilakukan dengan formulasi fishbein untuk melihat konsistensi sikap konsumen terhadap layanan jasa. Sumarwan (2015)

Model formulasi *fishbein* digambarkan sebagai berikut :

$$A_o = \sum_{i=1}^n (b_i)(e_i)$$

Keterangan :

A_o = Sikap total individu terhadap suatu objek tersebut

b_i = Kekuatan kepercayaan konsumen bahwa objek tersebut memiliki atribut i

e_i = Evaluasi terhadap atribut i

n = jumlah kriteria atribut yang relevan

Pengukuran selanjutnya akan dikembangkan adalah pengukuran b_i dan e_i yang tepat. Komponen (e_i) yang menggambarkan evaluasi atribut atas

pengguna Gojek di Bandar Lampung. Komponen (*bi*) menggambarkan tentang keyakinan konsumen pengguna Gojek di Bandar Lampung.

2. Mencari gambaran diskusi frekuensi sikap konsumen atas pelayanan tera dengan menggunakan rumus persentase sebagai berikut :

$$p = \frac{f}{n} \times 100$$

p = persentase

f = frekuensi jumlah

n = jumlah sampel

3. Menentukan nilai sikap konsumen dan membandingkan dengan skor yang diperoleh dengan skor sikap maksimum dengan cara membuat rentang nilai sikap maksimum. Jika nilai-nilai sikap responden mendekati nilai skor maksimum atas sikap dapat dilakukan bahwa nilai sikap mendekati baik.

Pengukuran sikap dengan model fishbein dilakukan untuk mengetahui sejauh mana sikap pengguna Gojek dengan menilai kepercayaan/ keyakinan dan evaluasi dalam bentuk sikap baik/positif dan sikap buruk/negatif. Sikap tersebut menunjukkan hasil keyakinan dan evaluasi sikap pengguna Gojek terhadap pelayanan yang diterimanya.