

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:2) menyatakan bahwa “*Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan*”.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian asosiatif yang bersifat kausal yaitu hubungan sebab akibat di mana ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi).

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kota Bogor, Jawa Barat.

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Juli 2020.

B. Variabel dan Pengukuran

1. Variabel

Menurut Sugiyono dalam Umar (2014:47) variabel merupakan suatu atribut dalam penelitian dari sekelompok objek yang diteliti yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lain dalam kelompok tersebut. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Variabel independen (bebas) merupakan variabel yang nilainya mempengaruhi variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel independen adalah kualitas pelayanan (X_1) dan promosi (X_2).
- b. Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang nilainya dipengaruhi atau variabel yang tergantung atas variabel lain. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah loyalitas pelanggan (Y).

Tabel 1
Operasional Variabel

No	Variabel/Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	No. Butir Pernyataan
1.	Kualitas Pelayanan (X_1), Rusel & Taylor dalam Wibowo (2017:115).	a. Reliabilitas b. Responsivitas c. Jaminan (<i>assurance</i>) d. Empati e. Bukti fisik (<i>tangibles</i>)	<i>Likert</i>	1, 2 3, 4 5, 6 7, 8 9,10
2.	Promosi (X_2), Alma dalam Setiawan (2020:6).	a. Promosi diskon b. Promosi iklan c. Promosi kontes	<i>Likert</i>	1, 2 3, 4 5, 6
3.	Loyalitas Pelanggan (Y), Griffin dalam Sangadji dan Sopiah (2013:105).	a. Melakukan pembelian berulang secara teratur. b. Melakukan Pembelian Di Semua Lini Produk atau Jasa. c. Merekomendasikan Produk Lain. d. Menunjukkan Kekebalan Dari Daya Tarik Produk/Jasa Pesaing.	<i>Likert</i>	1, 2 3, 4 5, 6 7, 8

2. Variabel dan Pengukuran

Menurut Sugiyono (2017:92) skala pengukuran dalam penelitian merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang atau pendeknya interval yang ada dalam alat ukur di dalam penelitian sehingga dapat digunakan dalam pengukuran yang akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument penelitian yang dapat berupa pernyataan dan pertanyaan.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Fraenkel dan Wallen dalam Winarni (2018:38) populasi adalah sebuah himpunan yang terdiri dari orang, hewan, tumbuh-tumbuhan, dan juga benda-benda yang memiliki kesamaan sifat. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menjadi pengguna Grab di Kota Bogor. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti maka untuk mengetahui pelaksanaan penelitian perlu ditetapkan sampel.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) menyatakan bahwa “*Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi*”.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling* dengan pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya, maka dalam penelitian ini yang akan dijadikan sebagai sampel adalah konsumen yang berada di Kota Bogor dan konsumen yang menggunakan aplikasi ojek *online* Grab.

Menurut Sugiyono (2018:148-149) teknik menentukan ukuran sampel ada yang jumlahnya tidak diketahui dan ada yang jumlahnya diketahui. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya maka rumus yang digunakan adalah rumus Cochran. Rumus Cochran perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), sebesar 10 %

Tingkat keyakinan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 95% dengan tingkat kesalahan sampel (*sampling error*)

maksimum sebesar 10%. Dalam penelitian ini jumlah ukuran sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{Z^2 p q}{e^2} \\
 &= \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,10)^2} \\
 &= \frac{3,8416 (0,25)}{0,01} \\
 &= \frac{0,9604}{0,01} = 96,04
 \end{aligned}$$

Dalam penelitian ini, peneliti tidak dapat menentukan sampel berdasarkan atas besarnya populasi. Hal ini disebabkan oleh tidak diketahuinya jumlah konsumen yang menggunakan aplikasi ojek *online* Grab di Kota Bogor. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 96,04 yang dibulatkan menjadi 100 responden.

D. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Menurut Mc. Leod dalam Umar (2014:41) data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama baik sumber tersebut dari individu atau perseorangan. Data dari sudut ilmu sistem informasi sebagai fakta-fakta maupun angka-angka yang relatif tidak berarti bagi pemakai, jadi informasi merupakan data yang telah diolah

dan memiliki arti pemakai. Data primer diperoleh dari hasil kuesioner yang berisi beberapa pernyataan atau pertanyaan kepada responden.

2. Data Sekunder

Menurut Umar (2014:42) data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian yang merupakan data primer yang diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram diagram yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen atau media dalam penelitian ini yang digunakan untuk pengumpulan data adalah dengan kuesioner melalui *online*. Menurut Umar (2014:49) kuesioner atau angket adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan/pernyataan kepada responden yang menggunakan aplikasi ojek *online* Grab dengan harapan responden memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

Kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini sedikit mengadopsi dari hasil penelitian yang sedikit diberi modifikasi oleh peneliti: Kuesioner dari Immanuel Mega Chrystyanda (2019), Novia Fitria Ningsih (2018) dan Yonma Situmorang (2018) untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam pengisian kuesioner maka distribusi kuesioner dilakukan kepada 100 responden.

Pernyataan atau pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup dan jawaban dipilih oleh responden melalui skala *likert* 1-

5 yaitu berupa sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju. Kuesioner *online* adalah alternatif lain untuk metode pengumpulan data menggunakan fasilitas Google Form untuk mengambil datanya kepada responden. Skala yang yang digunakan yaitu dengan skala *likert* sebagai berikut:

Tabel 2
Skala *Likert*

Predikat	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono (2017:93)

F. Metode Analisis Data

Analisis data penelitian adalah suatu langkah yang sangat kritis. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif atau data yang dikuantitatifkan, diharapkan sesuai dengan karakteristik data akan didapatkan hasil pengukuran data yang telah diberikan oleh responden, sehingga data yang berbentuk angka-angka bilangan dapat diolah dengan menggunakan metode statistik. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *software* perhitungan statistik SPSS (*Statistics For Products and Service Solution*) for windows versi 20.

1. Uji Validitas dan Realibitas

a. Uji Validitas

Menurut Sevilla dalam Umar (2014:59) uji validitas merupakan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur dalam penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur. Dalam menepatkan validitas suatu instrumen pengukuran adalah menghasilkan derajat yang tinggi dari kedekatan data yang diperoleh dengan apa yang kita yakini dalam pengukuran. Uji validitas dalam penelitian berguna untuk mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan.

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

Keterangan:

n = Banyaknya pasangan data X dan Y

$\sum X$ = Total jumlah dari variabel X

$\sum Y$ = Total jumlah dari variabel Y

$\sum X^2$ = Kuadrat dari total jumlah variabel X

$\sum Y^2$ = Kuadrat dari total jumlah variabel Y

$\sum XY$ = Hasil perkalian dari total jumlah variabel X dan Y

Menurut Sugiyono (2018:198) kriteria atau syarat dalam penelitian untuk item yang dinyatakan valid yaitu apabila dalam hasil penelitian terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Winarni (2018:176) uji reliabilitas dalam penelitian digunakan untuk menetapkan apakah instrumen yang ada dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan *positivistic* (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama atau peneliti yang sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

Pengujian reliabilitas yang akan digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r = \left(\frac{k}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum a^2 b}{\sum a^2 t} \right)$$

Keterangan:

r = Reliabilitas responden

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum a^2 b$ = Jumlah ragam butir

$\sum a^2 t$ = Ragam total

Setelah diperoleh hasil dari korelasi hitung, lalu dibandingkan dengan korelasi pada tabel p atau *rs (Rank Spearman)* dengan taraf nyata 5%, jika r yang dihitung lebih besar dari r tabel, maka kuesioner tersebut reliabel dan sebaliknya jika r yang dihitung lebih dari r tabel, maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Setelah data berhasil dikumpulkan, selanjutnya dalam rangka analisis hubungan-hubungan antarvariabel, data akan diuji terlebih dahulu untuk mengetahui hal-hal seperti berikut.

a. Uji Normalitas

Menurut Umar (2014:181) uji normalitas dalam penelitian digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya. Uji Skenormalan data juga bisa dilakukan tidak berdasarkan grafik, misalnya dengan Uji Kolmogorov-Smirnov. Rumus Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut:

$$KD : 1,36 \frac{\sqrt{n_1+n_2}}{n_1 n_2}$$

Keterangan:

KD = Jumlah Kolmogorov-Smirnov yang dicari

n1 = Jumlah sampel yang diperoleh

n2 = Jumlah sampel yang diharapkan

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Umar (2014:179) uji heteroskedastisitas dalam sebuah penelitian yaitu dilakukan untuk mengetahui apakah dalam

sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Menurut Umar (2014:177) uji multikolinieritas dalam penelitian digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi. Salah satu asumsi model regresi linear adalah tidak adanya korelasi yang sempurna atau korelasi tidak sempurna tetapi relatif sangat tinggi pada variabel-variabel bebasnya (independen) yang biasanya disimbolkan dengan X_2, X_3, \dots, X_n . Jika terdapat multikolinieritas sempurna akan berakibat koefisien regresi tidak dapat ditentukan serta standar deviasi akan tak terhingga. Jika multikolinieritas kurang sempurna, maka koefisien regresi meskipun berhingga akan mempunyai standar deviasi yang besar yang berarti pula koefisien-koefisiennya tidak dapat ditaksir dengan mudah.

Untuk mendeteksi multikolinieritas pada suatu model dapat dilihat dengan cara sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *tolerance* $>0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas.

2) Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari $10,00$ maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolonieritas.

Jadi, $VIF = 1/tolerance$ jika $VIF = 10$ maka $tolerance = 1/10 = 0,1$. Semakin tinggi VIF maka semakin rendah *tolerance*.

3. Analisis Regresi

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda karena melibatkan lebih dari satu variabel independen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan dan promosi) terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan).

Data pengamatan biasanya tidak hanya disebabkan oleh satu variabel, secara umum, dan hasil pengamatan Y dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$, Sehingga rumus umum dari regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Promosi

Bila perhitungan dicari dengan cara manual akan lebih tidak efektif bila dibandingkan dengan memakai alat bantu komputer, seperti SPSS, SAS, dan Microstat.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Serempak/simultan (Uji F)

Uji serempak/simultan (Uji F) dalam penelitian digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan pada penelitian ini, yaitu :

- 1) $H_0 : b_1 b_2 b_3 = 0$, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu pada kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan.
- 2) $H_0 : b_1 b_2 b_3 \neq 0$, artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu pada kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan.

b. Uji Statistik t

Uji statistik t adalah untuk menguji signifikan koefisien regresi secara parsial atau pengaruh dari masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan pada penelitian ini, yaitu :

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

$H_0 : b_1 = 0$, artinya variabel independen atau kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan.

$H_0 : b_1 \neq 0$, artinya variabel independen atau kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan.

2) Pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan

$H_0 : b_1 = 0$, artinya variabel independen atau promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan.

$H_0 : b_1 \neq 0$, artinya variabel independen atau promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan.

5. Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi yang telah ditemukan, dan selanjutnya dikalikan 100%. Di mana pada setiap tambahan satu variabel independen, maka r^2 pasti meningkat, tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Maka digunakan perhitungan Koefisien Determinasi (Kd), yaitu:

$$Kd = r^2 \cdot 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r = Korelasi *product moment*

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

- 1) Jika K_d mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- 2) Jika K_d mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.