

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Desain Penelitian

Analisis data yang digunakan pada penelitian adalah metode analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2014), metode analisis deskriptif adalah menganalisis data secara statistik dengan mendeskripsikan data yang telah terkumpul dengan tidak membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018), kuantitatif adalah metode penelitian berdasarkan data konkrit dengan data berupa angka dan diuji secara statistik dengan alat uji perhitungan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti guna menghasilkan kesimpulan. Filsafat positivistic pada populasi atau sampel tertentu.

B. Populasi, Sampel dan *Sampling*

Populasi adalah lingkup generalisasi yang terdiri oleh subyek/obyek dengan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010). Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pengguna transportasi *online* Maxim dari generasi Z.

Sampel adalah wakil dari suatu populasi yang akan diteliti (Arikunto, 2008). Dalam menentukan jumlah sampel pada penelitian, menurut Fraenkel & Wallen (2012) jumlah sampel minimum yang digunakan dalam penelitian deskriptif adalah sebanyak 100 sampel. Berdasarkan teori tersebut pada penelitian ini menggunakan 100 responden.

Dalam penelitian ini teknik *sampling* yang digunakan adalah secara non probabilitas yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019).

Pengambilan sampel didasarkan pada kriteria atau pertimbangan tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah pengguna transportasi *online* Maxim oleh generasi Z yang berada di Kota Malang dengan minimal transaksi 3 kali dalam satu bulan terakhir.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel menurut Nurdin & Hartati (2019), menggambarkan atau mendefinisikan suatu variabel agar memiliki satu makna agar variabel yang akan diteliti tidak memiliki makna ganda. Variabel didefinisikan secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati oleh peneliti untuk melakukan observasi. Variabel independen (bebas) yang digunakan pada penelitian adalah kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) dan citra merek (X_3). Adapun variabel dependen (terikat) yang digunakan adalah kepuasan pelanggan (Y). Berikut definisi operasional variabel beserta indikatornya.

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel dan Indikator

Kode	Variabel dan Definisi Operasional	Indikator
X_1	Kualitas Pelayanan adalah penilaian atas pelayanan yang baik sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan pengguna jasa transportasi <i>online</i> Maxim	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan, ketepatan waktu 2. Daya tanggap, kemudahan pemesanan 3. Bukti fisik, kendaraan bersih dan terawat 4. Jaminan, keamanan diperjalanan 5. Empati, sikap ramah dan sopan pengemudi <p>(Tjiptono, 2019)</p>
X_2	Harga adalah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atas penggunaan jasa transportasi <i>online</i> Maxim	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas 3. Daya saing harga

Kode	Variabel dan Definisi Operasional	Indikator
		4. Kesesuaian harga dengan manfaat (Kotler & Armstrong, 2016)
X ₃	Citra Merek adalah persepsi konsumen terhadap suatu merek yang dibentuk dari informasi dan pengalaman terkait jasa transportasi <i>online</i> Maxim	1. <i>Recognition</i> (pengakuan), kesadaran merek 2. <i>Reputation</i> (reputasi), citra baik merek 3. <i>Affinity</i> (afinitas), perasaan positif 4. <i>Domain</i> (wilayah), menjangkau berbagai lokasi (Aaker, 2014)
Y	Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh pelanggan setelah penggunaan dengan membandingkan layanan yang diterima dan harapan yang diinginkan	1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya) 2. Membeli kembali produk/jasa 3. Merekomendasikan kepada orang lain 4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli/menggunakan produk atau jasa (Irawan, 2008) dan (Kotler & Keller, 2016)

Sumber: Disusun oleh peneliti, 2023

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Umar (2013), data primer adalah Informasi yang diperoleh dari sumber utama, baik itu berasal dari individu maupun perorangan, yang diperoleh melalui proses wawancara atau pengisian kuesioner yang umumnya dilakukan oleh peneliti. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh

melalui penyebaran kuesioner yang diisi oleh responden dengan kriteria pengguna transportasi *online* Maxim dari generasi Z dengan kriteria bertempat tinggal di Kota Malang dan telah bertransaksi minimal 3 kali dalam satu bulan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diperoleh secara langsung dengan melakukan survei melalui pertanyaan yang telah dibuat dalam bentuk kuesioner. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian. Indikator dituangkan secara rinci dalam bentuk pertanyaan yang berupa angket dan dibagikan kepada responden. Penyebaran dan pengukuran pada alternatif jawaban menggunakan skala Likert yang memiliki lima alternatif jawaban untuk memudahkan responden dalam menjawab..

Tabel 3.2. Skala likert

No.	Jawaban Responden	Simbol	Skor
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

Data hasil jawaban kuesioner dalam bentuk skor harus diolah. Perhitungan rentang skala untuk klasifikasi tiap indikator dengan cara mengalikan indikator dengan jumlah responden. Dalam menentukan skor terendah dan skor tertinggi perlu mengalikan jumlah responden dengan bobot terendah atau tertinggi (Umar, 2001).

Nilai skor terendah = $100 \times 1 = 100$

Nilai skor tertinggi = $100 \times 5 = 500$

Penentuan kecenderungan jawaban responden ditetapkan berdasarkan perhitungan nilai rata-rata jawaban menggunakan rentang skala (Umar, 2000). Rentang skala digunakan untuk menilai variabel yang diteliti. Rumus menentukan rentang skala, yaitu:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan:

RS = Rentang Skala

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban

Berdasarkan rumus, maka rentang skala dapat dihitung sebagai berikut:

$$RS = \frac{100(5-1)}{5} = 80$$

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diperoleh rentang skala pada tiap penelitian adalah 80. Nilai skor terendah adalah 100 dan nilai skor tertinggi 500. Data jawaban pada kuesioner dapat dinilai dan diambil kesimpulan dari masing-masing variabel berdasarkan jawaban yang telah diberikan oleh responden. Maka pengklasifikasian nilai variabel pada penelitian setiap kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.3. Skor Rentang Skala

Interval	Kualitas Pelayanan	Harga	Citra Merek	Kepuasan Pelanggan
100 – 179	Sangat Tidak Bagus	Sangat Tidak Terjangkau	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas
180 – 259	Tidak Bagus	Tidak Terjangkau	Tidak Baik	Tidak Puas
260 – 339	Netral	Netral	Netral	Netral
340 – 419	Bagus	Terjangkau	Baik	Puas
420 - 500	Sangat Bagus	Sangat Terjangkau	Sangat Baik	Sangat Puas

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

F. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Hasil uji validitas mencerminkan sejauh mana data yang terkumpul oleh peneliti sesuai dengan ketepatan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2014). Kuesioner dianggap valid apabila pertanyaan yang terkandung di dalamnya dapat menggambarkan dengan tepat hal yang diukur dalam kuesioner. Dalam konteks penelitian ini, validitas mencerminkan sejauh mana suatu pengukuran sesuai dengan apa yang diukur.

Pada penelitian ini, validitas diuji melalui korelasi antara skor setiap item pertanyaan yang diarahkan kepada responden dengan total skor untuk semua item. Rumus untuk menguji validitas kuesioner adalah:

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

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

X = Skor tiap butir

Y = Skor total

Penilaian validitas dalam penelitian ini memanfaatkan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) sebagai alat ukur. Validitas diuji dengan mengacu pada kriteria di mana jika koefisien korelasi r_{xy} melebihi nilai r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05, maka item dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai stabilitas dan konsistensi dari responden ketika menjawab serangkaian pertanyaan yang diberikan. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Jika $r_{\alpha} \geq 0.6$ maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel. Rumus uji reliabilitas adalah:

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_i = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

G. Teknik Analisis Data

1. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan teknik untuk menguji seberapa besarnya pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui ketergantungan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

α = konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi masing-masing variabel

X_1 = Kualitas pelayanan

X_2 = Harga

X_3 = Citra merek

e = Error

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak.

Analisis normalitas pada penelitian ini menggunakan *exact test Monte Carlo* dalam melakukan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%. Pengujian ini diterapkan pada variabel dengan syarat bahwa setiap variabel secara individual, harus memenuhi syarat

normalitas. Jika ketentuan ini terpenuhi untuk setiap variabel, maka secara bersamaan variabel-variabel tersebut dianggap memenuhi asumsi normalitas. Ketentuan pengambilan keputusan menggunakan *exact test Monte Carlo* pada uji normalitas yaitu jika signifikansi $\geq 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal. Namun, jika signifikansi $< 0,05$ maka data yang diuji tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2018).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau yang homoskedastisitas. Untuk menentukan heteroskedastisitas dapat menggunakan uji Glejser. Kriteria pada uji ini adalah jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka dapat disimpulkan model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, namun sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan model regresi terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menuguji bahwa dalam suatu model tidak ada korelasi antar variabel independen (Ghozali,2016). Jika terjadi multikolinieritas maka akan sulit untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Sehingga kemungkinan menerima hipotesa yang salah semakin besar. Untuk menguji adanya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *VIF*

(*Variance Inflation Factor*) dan nilai toleransi masing-masing variabel bebasnya. Kriteria yang digunakan jika nilai $VIF \leq 10$ dan nilai *tolerance* $\geq 0,10$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

I. Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian. Apabila nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka pengaruh dari suatu variabel bebas terhadap variabel terikatnya adalah nyata (Suharyadi & Purwantoro, 2009). Data diolah menggunakan program SPSS dengan angka t-hitung dapat dilihat pada tabel *Coefficients* kolom t. Untuk mengetahui hasil dari Uji t yaitu dengan melihat signifikansi t, apabila signifikansi $t < 0,05$ maka secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji Dominan

Uji dominan bertujuan untuk mengidentifikasi variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Penentuan variabel dominan dilakukan dengan memperhatikan nilai koefisien beta tertinggi. Menggunakan *standardized coefficient*, jika salah satu variabel independen memiliki nilai *standardized coefficient* yang lebih tinggi dibandingkan variabel bebas lainnya, maka variabel bebas tersebut dianggap memiliki pengaruh yang dominan terhadap variabel dependen.