

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian ialah rencana pokok suatu observasi yang menjelaskan cara – cara dan proses – proses untuk dipakai oleh para peneliti pada pemilahan, pengambilan, dan penyelidikan data (Aswad et al., 2018: 80). Penelitian ini menggunakan kuantitatif kausalitas, yakni buat mengamati kemungkinan adanya ikatan kausalitas diantara variabel pada dampak kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi Gojek.

3.2. Operasional Variabel

Variabel dapat didefinisikan menjadi fokus penelitian diamati. Variabel tersebut menjadi konstruk atau sifat yang akan dipelajari. Variabel penelitian ialah satu atribut/ sifat/ nilai dari seorang, entitas atau aktivitas yang memiliki varias tertentu yang mempunyai variasi khusus yang disusun oleh penelaah buat menuntut ilmu dan ditarik konklusinya (Sugiyono, 2012: 3). Pada riset ini peneliti memakai 2 macam variabel dilihat dari bagian ikatan diantara variabel yang dipakai untuk riset, yakni variabel bebas dan variabel terikat.

3.2.1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono, (2014: 39) variabel independen atau kerap disebut sebagai variabel bebas adalah variabel yang bisa berdampak/ sebagai penyebab pergantian variabel dependen/terikat variabel bebas yang dipakai pada riset ini.

3.2.1.1. Variabel Kualitas Produk (X_1)

Menurut Widyastuti, (2017: 236) produk adalah tinjauan pertama bagi pengguna pada saat berbelanja sebab bisa ditetapkan bahwa pengguna akan senang bila satu barang bermanfaat dan menarik.

Menurut Putri & Subagja, (2017: 5) mendefinisikan kualitas produk sebagai daya suatu produk buat diberikan hasil/ kinerja yang sudah sama apalagi melampaui dari apapun yang diharapkan pelanggan. Indikator kualitas produk antara lain (Irfanudin, 2019: 7):

1. Kinerja (Performances) yakni karakter aktivitas pokok dari barang inti (core product) yang dibelanja.
2. Kesan kualitas (Perceived quality) yaitu pandangan atau suatu pendapat pelanggan terhadap kualitas produk.
3. Kehandalan (Reliability) yakni suatu probabilitas rendah yang bisa terjadinya kegagalan fungsional.
4. Kesesuaian produk pada spesifikasi (conformance to product specification) yakni seberapa mana suatu produk dalam karakter buatan dan proses dalam menepati standar - standar yang sudah dibuat sebelumnya.

3.2.1.2. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Suatu nilai dari para pelanggan terhadap kualitas pelayanan berlangsung sepanjang jalannya dalam menyampaikan jasa tersebut. Kualitas merupakan persamaan diantara pengguna barang selama melengkapinya keinginan serta kepuasan konsumen. Pelayanan merupakan aktivitas atau kegunaan yang ditawarkan dari satu bagian kepada bagian lain yang hakikatnya tidak berbentuk dan tiada membuat kepunyaan apapun (Imansyah & Irawan, 2018: 324).

Kualitas perlu mulai dari keperluan konsumen dan berujung atas pemahaman pelanggan. Kualitas layanan bertujuan dalam memberikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan serta ketepatan pengiriman mereka untuk menyeimbangkan keinginan pelanggan (Oktarini, 2019: 250).

Kualitas pelayanan menurut Ofela & Agustin, (2016: 4) adalah usaha dalam memenuhi keperluan dan aspirasi pelanggan, beserta ketelitian menyampaikan untuk menyetarakan keinginan pelanggan. Lima indikator yang berguna pada kualitas pelayanan menurut (Nasib, 2017: 32 - 44) yaitu adalah:

1. Realibilitas (*Realibility*) adalah keahlian dalam menyampaikan layanan yang disepakati dengan benar (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*), terpenting dalam menyampaikan layanan secara waktu yang akurat, dengan aturan yang serasi dengan susunan yang telah disampaikan terlebih dahulu dan tanpa mengerjakan kesalahan berkali-kali.
2. Daya tanggap (*Responsiveness*) adalah kemampuan para pekerja dalam mendukung dan memberikan jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
3. Jaminan (*Assurance*) melingkupi ilmu, kapasitas, santun, beraturan, dan karakter yang bisa diyakini dari komunikasi anggota agar dapat menghilangkan karakter ketidak pastian pelanggan dan bisa bebas dari ancaman dan risiko.
4. Empati (*Empathy*) mencakup aksi personal maupun instansi untuk mengetahui keperluan maupun kerumitan, pelanggan, hubungan yang baik, kepedulian individu, keringanan dalam melaksanakan koneksi atau kontak.
5. Bukti Langsung (*Tangibles*) adanya fasilitas fisik, perangkat - perangkat dan alat komunikasi, dan lain - lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa.

3.2.2. Variabel Dependen

Variabel dependen yang mempunyai pengaruh dikarenakan adanya variabel bebas, dan yang memerankan sebagai variabel terikat dalam penelitian ini ialah

kepuasan konsumen (Sugiyono, 2014: 39). Variabel dependen di penelitian ini yaitu:

3.2.2.1. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan (*satisfaction*) adalah rasa ketidakpuasan orang yang muncul dikarenakan perbandingan antara kinerja atau hasil terhadap ekspektasi. Apabila suatu kinerja tidak mampu sesuai ekspektasi maka dipastikan pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi ekspektasi, maka pelanggan puas (Anggriana et al., 2017: 144).

Kepuasan pelanggan menurut Andriani, Lukiana & Kasim, (2018: 232)) yakni suatu pengharapan ataupun suatu perasaan seseorang terhadap pembelian barang atau jasa. Definisinya yaitu apa yang diharapkan dapat dipenuhi oleh pelanggan sesuai kenyataan. Dimana Harapan dan kenyataan menjadi penentuan tingkat kepuasan pelanggan. Menurut Priansa, (2017: 210) indikator kepuasan pelanggan yaitu:

1. Harapan (*Expectations*)
2. Kinerja (*Performance*)
3. Pengalaman (*Experience*)
4. Perbandingan (*Comparison*)
5. Konfirmasi (*Confirmation*) dan Diskonfirmasi (*Disconfirmation*)

Tabel 3.1 Variabel Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Kualitas Produk (X ₁)	Kualitas produk menurut (Irfanudin, 2019) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja 2. Kesan kualitas 3. Keandalan 4. Kesesuaian produk 	Skala <i>Likert</i>
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Kualitas pelayanan menurut Nasib, (2017: 31 - 44) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realibilitas 2. Daya tanggap 3. Jaminan 4. Empati 5. Bukti fisik 	Skala <i>Likert</i>
Kepuasan Pelanggan (Y)	Menurut Priansa, (2017: 210) kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan keseluruhan konsumen mengenai produk/ jasa yang telah dibeli oleh konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harapan 2. Kinerja 3. Pengalaman 4. Perbandingan 	Skala <i>Likert</i>

Sumber: Peneliti 2020

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi merupakan penggabungan dari segala komponen dengan karakteristik yang dijadikan acuan konklusi. Dikatakan bahwa populasi tidak berpatokan terhadap jumlah objek / subyek yang akan diketahui, dan mencakup keseluruhan karakteristik yang diperoleh dari subjek atau objek yang diteliti itu (Sugiyono, 2014: 80). Yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan aplikasi Gojek di Kota Batam yang tidak diketahui jumlahnya.

3.3.2. Sampel

Sampel ialah pecahan yang terdiri dari elemen populasi. Oleh karena itu sampel yang didapatkan dari populasi diwajibkan valid dan bersifat mewakilkan,

yaitu agar dapat mengukur sesuatu yang seharusnya diukur (Noviyanti, 2018: 25).). Karena jumlah dari populasi yang akan diteliti tidak diketahui jumlahnya, maka peneliti menggunakan rumus *lemeshow* sebagai berikut (Siahaan & Raymond, 2020: 6)

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{D^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 0,5(1-0,5)}{10\%^2}$$

$$n = \frac{1,9208 (0,5)}{0,01}$$

Rumus 3.1 Rumus Lemeshow

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diperoleh sebanyak 96,04 responden.

Supaya penelitian ini memenuhi syarat maka dibulatkan menjadi 100 responden.

3.3.2.1. Teknik Pengumpulan Sampel

Untuk pengumpulan data yang diteliti, peneliti memiliki cara untuk melengkapi data yang disediakan secara terstruktur dan akurat berdasarkan apa yang diteliti. Peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling*, metode ini menggunakan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti untuk memilih sampel.

(Sugiyono, 2014: 84-85). Golongan responden pada yang dikategorikan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Responden yang memiliki umur 17 tahun ke atas.

3.4. Teknik dan Alat pengumpulan data

3.4.1. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, (2014: 224) teknik pengumpulan data ialah langkah yang penting dalam penelitian adalah mendapatkan data. Data yang dipakai oleh peneliti adalah data primer dan sekunder, selanjutnya ini adalah pengertian dari data primer dan sekunder, yaitu:

1. Data Primer

Data primer ialah data yang didapatkan secara langsung dari responden dengan cara mengamati (Sugiyono, 2014: 137). Ada beberapa jenis teknik pengumpulan data salah satunya adalah Kuesioner (Angket).

- a. *Kuesioner* (Angket)

Menurut Ofela & Agustin, (2016: 7) kuesioner adalah sebuah cara untuk mencari data yang dibuat dengan cara menuliskan seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang akan diberikan responden untuk dijawab. Kuesioner bisa dibagikan kepada responden dengan cara menemui responden secara langsung dan juga dapat dikirim melalui elektronik seperti mengirimkan kuesioner ke email para responden ataupun mengirim melalui pos (Sugiyono, 2014: 142).

2. Data sekunder

Data ini didapatkan secara tidak langsung yaitu melalui media yang data nya sudah terlebih dahulu ditulis oleh pihak lain yang melakukan penelitian (Sintya et al., 2018). Untuk data sekunder juga dapat dilakukan dengan cara melihat karya ilmiah yang telah dibuat oleh peneliti sebelumnya yang memiliki pembahasan yang sesuai dengan apa yang kita teliti juga.

3.4.2. Alat Pengumpulan Data

3.4.2.1 Kuesioner

Kuesioner adalah sebuah cara untuk mencari data yang dibuat dengan cara menuliskan seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang akan diberikan responden untuk dijawab. Peneliti akan membagikan kuesioner kepada pengguna aplikasi Gojek di daerah Batam Center. Data yang ada didalam penelitian ini

menggunakan skala likert. Skala likert dipakai untuk mengukur tingkah laku, pandangan ataupun pendapat dari seorang responden. Skala likert berfungsi untuk memudahkan dalam proses uji data, pernyataan diberi nilai pada skala penilaian 1-5 dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

No.	Pernyataan	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, 2014: 94)

3.5. Metode Analisis Data

Teknik analisis data merupakan gambaran sebuah teknik analisis yang akan dipakai peneliti dalam menganalisis data yang telah dikumpulkan yang telah ditentukan terlebih dahulu masalah yang ada sekaligus adanya karakteristik tujuan

studi apakah untuk menguji hipotesis ataupun eksplorasi dan deskripsi termasuk pengujiannya (Sanusi, 2011: 115).

3.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Dharma, 2017: 354). Analisis menggunakan sebuah media elektronik sebagai perantara dalam melakukan hitungan statistik, media elektronik ini disebut SPSS (Statistical Package for Social Sciences) versi 25 yang berfungsi untuk melakukan sebuah perhitungan statistik yang baik. Nilai skor variabel pada penelitian dapat dikategorikan dimana rentang skor dalam bentuk tabel berdasarkan perhitungan rumus interval yaitu:

$$i = \frac{\text{data terbesar} - \text{data terkecil}}{\text{banyak kelas}} \quad \text{Rumus 3.2 Interval Skor}$$

$$i = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Sumber: (Sanusi, 2011)

Dalam penelitian ini nilai data terbesar adalah nilai 5 sedangkan untuk data terkecil adalah nilai 1, sehingga berdasarkan perhitungan di atas dapat diperoleh nilai interval dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3 Rentang Skor

Rentang Skor	Kategori
1,00 - 1,80	Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Rendah
2,61 – 3,40	Sedang
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: Penulis (2019)

3.5.2. Uji Kualitas Instrumen

3.5.2.1. Uji Validitas

Validitas adalah sebuah cara atau metode untuk mengukur koefisien korelasi antara skor dari sebuah pertanyaan atau sebuah indikator yang akan dilakukan pengujian dengan skor total dari variabelnya. Dalam penentuan apakah sebuah item layak atau tidak untuk digunakan maka dilakukan sebuah uji signifikansi koefisien korelasi pada sebuah taraf signifikansi yaitu 0.05 (5%) yang dimana artinya sebuah item tersebut dinyatakan. Valid atau tidaknya sebuah item dilakukan dengan membandingkan nilai koefisien r dengan hasil hitungan r tabel (Herlina, 2019: 58)

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan hal yang membuktikan kestabilan untuk mengukur gejala yang sama (Sintya, Lopian & Karuntu, 2018: 1781). Metode uji reliabilitas yang sering digunakan adalah *Cronbachis Alpha* dan *Split Half Spearman Brown* (Herlina, 2019: 70). *Cronbachis Alpha* adalah sebuah ukuran keandalan yang memiliki nilai berkisar dari nol sampai satu, sedangkan *Split Half Spearman Brown* adalah cara membagi dua butir-butir soal instrumen per variabel lalu menghubungkan belah dua tersebut dengan menggunakan rumus korelasi spearman brown.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1. Uji Normalitas

Data yang telah terkumpul harus diuji normalitasnya terlebih dahulu guna mengetahui apakah data penelitian berasal dari populasi yang sebarannya normal atau tidak. Tujuan dilakukannya uji ini agar mengetahui apakah penyebaran data dalam variabel yang dipakai memiliki distribusi normal (mewakili sebuah populasi) atau tidak (Herlina, 2019: 77). Pengujian normalitas menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Dengan ketentuan, jika nilai *Asymp Sig* > 0,05 maka data berdistribusi normal (Noviyanti, 2018: 27).

3.5.3.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah suatu keadaan dimana variabel-variabel independen dalam persamaan regresi memiliki hubungan yang kuat satu sama lain (Sintya, Lopian & Karuntu, 2018: 1782). Setiap ada perubahan pada suatu variabel bebas, maka akan menimbulkan perubahan pada setiap variabel lainnya.

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas (Sintya, Lopian & Karuntu, 2018: 1782).

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah sebuah studi yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel penyebab (X_1) dengan variabel akibat (Y) (Herlina, 2019: 124).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Sanusi, 2011: 135)

Dimana:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi variabel X_1

b_2 = Koefisien regresi variabel X_2

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Kualitas Pelayanan

3.5.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh antara variable bebas (kualitas produk, kualitas layanan) secara simultan terhadap variable terikat (kepuasan pelanggan) (Irfanudin, 2019: 15).

R^2 menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat yaitu (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas secara bersama-sama. Sementara R^2 juga mengukur kebaikan yang ada dalam variabel Y yang dijelaskan oleh hanya satu variabel X. R adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel Y dengan semua variabel bebas yang dijelaskan secara bersama-sama serta nilai yang dihasilkan selalu bernilai positif (Sanusi, 2011: 136).

Untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier sederhana adalah dengan menggunakan nilai R Square. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel

X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam persentase (Andriani, Lukiana & Kasim, 2018: 234).

3.5.5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis memiliki arti yang sama dengan regresi linear berganda yang secara parsial saling terikat dengan pernyataan yang ada dalam hipotesis penelitian (Sanusi, 2011: 144).

3.5.5.1. Uji T

Pengujian hipotesis secara parsial dimaksudkan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat (Irfanudin, 2019: 14). Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel yaitu (Handoko, 2017: 67-72):

- 1) Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, tolak H_0 terima H_a pada taraf signifikan 95%
- 2) Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, terima H_0 tolak H_a pada taraf signifikan 95%

3.5.5.2 Uji F

Uji F yaitu uji yang dilakukan untuk mengetahui bagaimanakah kontribusi dari variabel bebas terhadap tak bebas secara bersama-sama. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai kontribusi secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Sintya, Lopian, & Karuntu, 2018: 1784).

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, yaitu kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan terhadap variabel terikat

kepuasan pelanggan (Y) pada pengguna aplikasi Gojek. Untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Adapun kriteria pengujian dilakukan dengan membandingkan F-hitung dengan F-tabel, sebagai berikut:

- 1) Bila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ pada taraf signifikan 95%, maka hipotesis alternatif diterima.
- 2) Bila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ pada taraf signifikan 95%, maka hipotesis alternatif ditolak (Handoko, 2017: 67-72).

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah objek penelitian dimana peneliti melakukan observasi dan memperoleh data. Lokasi yang ditetapkan peneliti dalam melaksanakan penelitian ini mengambil lokasi di wilayah Batam Center.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian merupakan pembagian waktu berdasarkan rencana pengaturan urutan kerja, daftar atau tabel rencana kegiatan dengan pembagian waktu pelaksanaan yang terperinci.

Tabel 3.4 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Waktu Kegiatan																		
	Oktober 2020				November 2020				Desember 2020				Januari 2021						
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
Pengajuan Judul	■																		
Pengumpulan Data		■	■																
Penyusunan Penelitian				■	■														
Pembuatan Kuesioner					■	■													
Penyebaran Kuesioner								■	■	■	■								
Pengolahan Data												■	■						
Analisis Data													■	■					
Pembahasan dan Kesimpulan														■	■				
Pengumpulan Skripsi																		■	

Sumber: Penulis (2020)