

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Metode penelitian merupakan suatu teknik atau prosedur untuk mengumpulkan dan menganalisa data. Terkadang metode penelitian ini disebut juga dengan desain penelitian.<sup>40</sup> Kumpulan metode penelitian dapat digunakan untuk menjelaskan, menguraikan, dan memprediksi suatu fenomena. Metode penelitian bertugas untuk memberikan penjelasan berdasarkan fakta yang terkumpul, pengukuran, serta pengamatan dan tidak sekedar atau asal memberi alasan.<sup>41</sup>

Metode penelitian terbagi atas metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menekankan fenomena-fenomea objektif yang dikaji menggunakan angka-angka, pengolahan statistik.

Metode penelitian kuantitatif dinamakan dengan metode tradisional karena metode ini sudah lama digunakan sehingga sudah menjadi tradisi sebagai metode penelitian. Metode ini disebut juga *metode positivisme*. Metode ini sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-

---

<sup>40</sup> Sandsu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 99.

<sup>41</sup> Kris H. Timotius, *Pengantar Metodologi Penelitian...*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017), hlm. 5.

kaidah ilmiah yang kritis/empiris, objektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga disebut metode konfirmatif karena metode ini cocok digunakan untuk pembuktian/konfirmasi. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.<sup>42</sup>

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Jadi, penelitian asosiatif ini pada dasarnya merupakan penelitian yang mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya.<sup>43</sup>

## **B. Populasi, *Sampling* dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti.<sup>44</sup> Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh pelanggan jasa transportasi ojek online

---

<sup>42</sup> Syamsul Bahri dan Fahkry Zamzam, *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-Amos*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), hlm. 7.

<sup>43</sup> Hamirul Hamirul, *Metode Penelitian Dalam Kerangka Patologi Birokrasi*, (Jambi: Stia Muara Bungo, 2020), hlm. 121.

<sup>44</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2007), hlm. 61.

HeehJek di Kabupaten Nganjuk. Berdasarkan database HeehJek Nganjuk, rata-rata dari jumlah sampel tersebut berjumlah 6.000 pelanggan.

## 2. *Sampling*

*Sampling* adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif.<sup>45</sup> Jenis teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian ini adalah *probability sampling* dengan kategori *simple random sampling*. *Simple random sampling* dilakukan dengan sederhana karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Pengambilan sampel acak sederhana dapat dilakukan dengan cara undian, memilih bilangan dari daftar bilangan secara acak dsb.

## 3. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>46</sup> Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, maka dibentuk sebuah perwakilan populasi. Dalam penentuan sampel pada penelitian ini, cara yang digunakan adalah dengan menggunakan rumus *Slovin* yaitu sebagai berikut:

---

<sup>45</sup> Dhian Tyas Untari, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis*, (Purwokerto Selatan: Pena Persada, 2018), hlm. 36.

<sup>46</sup> *Ibid.*, hlm. 62.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

$e^2$  = batas kesalahan yang dapat ditoleransi dalam penarikan sampel.<sup>47</sup>

1 = nilai konstan

Dalam penelitian ini menggunakan presentase 10% atau 0,1% sebagai batasan kesalahan dalam pengambilan sampel sehingga berdasarkan rumus yang telah ditentukan maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = n = \frac{6.000}{1+6.000(0,1)^2} = \frac{6.000}{61} = 98,4.$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dari populasi 6.000 pelanggan diperoleh ukuran sampel sebesar 98,4 atau 100, dimana jumlah tersebut menjadi ukuran minimum jumlah responden. Dengan begitu, penulis akan mengambil sampel berupa 100 pelanggan jasa transportasi ojek online HeehJek di Kabupaten Nganjuk.

### C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

#### 1. Sumber Data

Data adalah suatu bentuk pencatatan berulang mengenai karakteristik suatu objek. Dalam pencatatan secara umum dinamakan

---

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 81.

pengamatan, observasi, atau record. Untuk memperoleh data peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya. Sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti.<sup>48</sup>

Jenis-jenis Sumber data dalam penelitian adalah :

a. Data Primer

Data Primer yaitu sumber data yang diperoleh langsung dilapangan penelitian melalui observasi, wawancara atau kuesioner. Jadi sumber data primer merupakan sumber langsung (objek pertama) dari penyebaran kuesioner kepada responden, yaitu tentang pengaruh harapan, minat beli ulang, *word of mouth*, dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online HeehJek di Kabupaten Nganjuk.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber kedua dimana data penelitian diperoleh selanjutnya. Jadi data sekunder adalah data yang diperoleh dari tangan kedua berupa artikel ilmiah, arsip, laporan, buku, majalah, catatan publik atau gambar-gambar.<sup>49</sup>

2. Variabel

Variabel yang digunakan pada penelitian ini diantaranya adalah :

a. Variabel Bebas (Independen)

---

<sup>48</sup> Asep dkk., *Statistika Dasar*, (Jakarta: Grasindo, 2009), hlm. 1.

<sup>49</sup> Muharto, *Metode Penelitian Sistem Informasi..*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hlm.

Variabel bebas merupakan variabel yang dapat memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Penelitian ini menggunakan 4 variabel bebas yaitu :

- Harapan (X1)

Menurut Sri Mulyani, terdapat empat indikator dari harapan pelanggan yaitu *personal need, explicit services promises, implicit service promises*, pengalaman masa lampau.

- Minat Beli Ulang (X2)

Menurut Fedinand, terdapat empat indikator minat beli ulang dapat antara lain minat transaksional, referensial, preferensial, eksploratif.

- *Word of Mouth* (X3)

Menurut Sernovitz, terdapat lima dimensi atau indikator dasar *Word of Mouth* yaitu *talkers, topics, tools, talking part, tracking*.

- Harga (X4)

Menurut Kotler, terdapat empat indikator harga antara lain keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat.

b. Variabel Terikat (Dependen)

Sementara itu, variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi variabel bebas, dimana variabel terikat terdapat pada penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y). Tjiptono mengungkapkan bahwa tiga

konsep dibawah ini dapat digunakan sebagai indikator kepuasan pelanggan, dimana ketiganya akan digunakan pada penelitian ini. Konsep-konsep tersebut diantaranya kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan.

### 3. Skala Pengukuran

Skala yang digunakan pada kuesioner yang diberikan kepada para sampel penelitian merupakan Skala Likert, dimana skor yang ditetapkan pada masing-masing jawaban adalah sebagai berikut :

- 1) Jawaban Sangat Setuju dengan skor 5
- 2) Jawaban Setuju dengan skor 4
- 3) Jawaban Kurang Setuju dengan skor 3
- 4) Jawaban Tidak Setuju dengan skor 2
- 5) Jawaban Sangat Tidak Setuju dengan skor 1

Kuesioner tersebut akan diberikan kepada para pelanggan jasa transportasi ojek online HeehJek di Kabupaten Nganjuk.

## **D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara khusus yang digunakan peneliti dalam menggali data dan fakta yang diperlukan dalam penelitian. Adapun teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini, yaitu:

a. Kuesioner (Angket)

Pada kuesioner pertanyaan disusun dalam bentuk tanya, sedangkan pada angket pertanyaan disusun dalam kalimat pertanyaan dengan opsi jawaban yang tersedia. Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup berjenis *check list*, yang mempersilahkan responden untuk memilih daftar jawaban yang telah disediakan dengan cara memberikan tanda check (√).

b. Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah peneliti mencatat informasi selama penelitian berlangsung dengan terjun ke lapangan pada pengguna jasa HeehJek di Kabupaten Nganjuk. Pencatatan dengan cara melihat, mendengar, merasakan yang kemudian dicatat secara objektif. Dengan jenis pengamatan, baik pengamatan dengan partisipasi penuh, pasrtisipan, dan pengamatan sempurna.<sup>50</sup>

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah langkah atau cara penelitian dengan mendapatkan data yang asalnya dari sumber tertulis yang tercatat sebagai suatu peristiwa di waktu yang lalu. Data yang diperoleh dari peninggalan tertulis tersebut berupa arsip-arsip, dokumen, dan literatur-literatur yang menunjang penulis dan berhubungan dengan masalah penelitian.<sup>51</sup> Dokumentasi yang

---

<sup>50</sup> Joko Suliyono, *6 Hari Jago SPSS 17*, (Yogyakarta: Kompas Gramedia Group, 2010), hlm. 14-15.

<sup>51</sup> W. Gulo, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Grasindo, 2002), hlm. 116-123.

dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mengambil data tentang profil HeehJek, visi misi perusahaan, dan data penunjang melalui literatur-literatur lainnya.

## 2. Instrumen Penelitian

Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini berbentuk pernyataan yang berfungsi mewadahi informasi dari para sampel penelitian mengenai berbagai data yang dibutuhkan dalam menjalankan proses penelitian dan memperoleh hasil yang semaksimal mungkin. Penentuan pernyataan kuesioner pada penelitian ini berdasarkan atas berbagai indikator dari beberapa variabel yang diteliti.

Mengenai daftar indikator, susunan yang terdapat pada masing-masing variabel penelitian adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Kisi-Kisi Instrumen Penelitian**

No	Variabel	Indikator	Pernyataan	Sumber
1.	Harapan (X1)	<i>Personal Need</i>	a. HeehJek memenuhi kebutuhan saya	Sri Mulyani
		<i>Explicit Services Promises</i>	b. Pelayanan yang dijanjikan melalui iklan HeehJek sesuai dengan yang saya harapkan	
		<i>Implicit Services Promises</i>	c. Petunjuk pemesanan HeehJek jelas dan mudah saya pahami	
		Pengalaman Masa Lampau	d. Saya memiliki pengalaman menggunakan jasa dari HeehJek	
			e. Saya merasakan kepuasan pelayanan yang didapatkan dari sebelumnya	

2.	Minat Beli Ulang (X2)	Transaksional	a. Saya berminat untuk menggunakan jasa HeehJek	Fedinand
		Referensial	b. Saya mereferensikan pelayanan HeehJek kepada orang lain	
		Preferensial	c. Saya akan menjadi pelanggan setia dengan memesan ulang Kembali	
			d. Saya lebih memilih HeehJek dibandingkan dengan jasa ojek online lainnya	
		Eksploratif	e. Saya berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai HeehJek	
3.	Word Of Mouth (X3)	<i>Talkers</i>	a. Saya merekomendasi keluarga, teman, tetangga dan orang lain untuk mencoba jasa HeehJek	Sernovitz
		<i>Topics</i>	b. Saya memberikan informasi kepada orang lain terkait keunikan pilihan pengemudi yang diberikan HeehJek	
		<i>Tools</i>	c. Saya memberitahu orang lain dengan bantuan media sosial ( <i>facebook, twitter, instagram</i> dll)	
		<i>Talking Part</i>	d. Saya mendengar pengalaman positif dari orang lain tentang HeehJek ketika saya bercerita	
		<i>Tracking</i>	e. HeehJek menyediakan layanan pelanggan yang mudah dihubungi agar pelanggan dapat dengan mudah dalam memberikan masukan atau kritik saran kepada perusahaan	
4.	Harga (X4)	Keterjangkauan Harga	a. Harga yang ditetapkan HeehJek bersifat terjangkau dan berada dalam jangkauan daya pesan saya	Kotler
		Kesesuaian Harga dengan Kualitas	b. Harga yang ditetapkan HeehJek telah sesuai dengan kualitas yang dimiliki	
		Daya Saing Harga	c. Penentuan harga dari HeehJek tidak melebihi harga pasarnya	
			d. Penentuan berbagai harga terbilang lebih kreatif dan memuaskan jika dibandingkan dengan jasa sejenis lainnya	

		Kesesuaian Harga dengan Manfaat	e. Manfaat yang saya peroleh dari berbagai layanan yang saya dapatkan disini telah sesuai dengan tarif yang saya keluarkan	
5.	Kepuasan Konsumen (Y)	Kesesuaian Harapan	a. Kualitas layanan jasa HeehJek telah sesuai dengan harapan saya	Tjiptono
			b. Penetapan harga pada berbagai jenis layanannya mampu mengimbangi harapan saya	
			c. Berbagai fasilitas yang disediakan dapat memenuhi harapan saya	
		Minat Berkunjung Kembali	d. Saya berminat untuk kembali memesan jasa disini pada masa berikutnya	
		Kesediaan Merekomendasikan	e. Saya bersedia melakukan rekomendasi terhadap pihak lain untuk menggunakan jasa disini	

Sumber : Data Diolah, 2021

Instrumen-instrumen dalam penelitian ini diperlukan harus memenuhi persyaratan tertentu. Persyaratan penting suatu instrumen penelitian minimal ada 2 macam, yaitu uji validitas dan reliabilitas.

#### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam pengukuran. Dalam pengujian instrument pengumpulan data, validitas dibedakan menjadi faktor dan validitas item. Validitas faktor diukur bila item yang disusun menggunakan lebih dari satu faktor. Pengukuran validitas faktor ini dengan cara mengkorelasikan antara skor ukuran dengan skor total faktor, sedangkan pengukuran validitas item dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item.

Validitas dari setiap indikator dilihat dari nilai  $r_{\text{tabel}}$  dengan cara *degree of freedom* (df) yaitu  $n-2$ , merupakan jumlah sampel. Dari hasil perhitungan korelasi akan didapat suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan, biasanya digunakan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 5%, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.<sup>52</sup> Pengujian validitas item dalam penelitian ini menggunakan *SPSS 21*.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk melihat konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan. Syarat utama suatu kuesioner layak digunakan untuk memperoleh data penelitian harus memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Pada uji reliabilitas diharapkan, jika dilakukan pengujian ulang akan mendapatkan hasil yang sama. Kuesioner penelitian dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ .<sup>53</sup> Pengujian reliabilitas item dalam penelitian ini menggunakan *SPSS 21*.

---

<sup>52</sup> Joko Suliyono, *6 Hari Jago SPSS 17*, (Yogyakarta: Penerbitan Cakrawala, 2010), hlm. 40

<sup>53</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, (Ponorogo: CV. Wade Group, 2017), hlm. 79.

## E. Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ( $n > 30$ ), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar.

Test normalitas dapat dilihat dari nilai sig. jika nilai sig lebih besar dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal, dan jika nilai sig lebih kecil dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar tidak normal.

#### b. Multikolinearitas

Multikolinearitas atau *Kolinearitas Ganda (Multicollinearty)* adalah adanya hubungan linear antara variabel bebas X dalam Model Regresi Ganda. Jika hubungan linear antara variabel bebas X dalam Model Regresi Ganda adalah kolerasi sempurna maka variabel-variabel tersebut berkolinearitas ganda sempurna (*perfect multicollinearity*).

Pendeteksian multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai *Variance Inflation Factors (VIF)*. Kriteria pengujiannya yaitu apabila

nilai VIF < 10 maka tidak terdapat multikolinearitas diantara variabel independen dan sebaliknya jika nilai VIF seluruhnya > 10, sehingga asumsi model tersebut mengandung multikolinearitas.

c. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Tujuan dilakukan uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada model regresi, dimana dalam model regresi harus dipenuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan cara meregresikan nilai *absolute residual* dengan variabel-variabel independen dalam model.<sup>54</sup>

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yaitu analisis regresi dengan dua atau lebih *Independent Variable*. Apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dan variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

---

<sup>54</sup> Agus Tri Basuki, *Analisis Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: Danisa Media, 2015), hlm. 103-108.

- A = Konstanta nilai Y ketika X =0  
 B = Koefesiensi regresi  
 Y = Kepuasan Pelanggan  
 X<sub>1</sub> = Harapan  
 X<sub>2</sub> = Minat Beli Ulang  
 X<sub>3</sub> = *Word of Mouth*  
 X<sub>4</sub> = Harga  
 e = *error*

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji t (Uji Parsial)

Uji parsial digunakan untuk menguji kemaknaan koefisien parsial atau masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai  $t_{tabel}$  diperoleh dari  $t_{tabel}$  dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 5% menggunakan rumus  $t_{tabel} = t(\alpha/2 ; n - k - 1)$ , dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji t yaitu:

- 1) Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau signifikansi nilai  $t > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- 2) Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau signifikansi nilai  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### b. Uji F (Uji Simultan)

Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui signifikansi hubungan simultan antara variabel independen (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>) terhadap variabel dependen (Y). uji F didasarkan atas nilai signifikan sebesar 5%. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , atau probabilitasnya  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Artinya, tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara variabel independen dan dependen.

- 2) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , atau probabilitasnya  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Artinya, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara variabel independen dan dependen.

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Dalam penelitian ini, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) berfungsi untuk mengetahui pengaruh harapan (X1), minat beli ulang (X2), *word of mouth* (X3), dan harga (X4) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Nilai dari koefisien determinasi berada pada kisaran angka 0 hingga 1. Semakin nilai koefisien determinasinya mendekati angka 1, maka pengaruh dari variabel bebas tersebut terhadap variabel terikatnya akan semakin besar, begitupun sebaliknya.<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup> Sirilius Seran, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 187-190.