

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015) menyatakan metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif korelasional. Menurut Yusuf (2014) penelitian korelasional adalah suatu tipe penelitian yang bertujuan untuk melihat hubungan antara satu atau ubahan lainnya.

3.2 Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau objek, yang mempunyai "variasi" antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain.

Variabel bebas (*Independent Variable*) ialah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel bebas. Sering juga disebut dengan variabel bebas, prediktor, stimulus, eksogen. Variabel terikat (*Dependent Variable*) ialah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat adanya variabel lain. Juga sering disebut dengan variabel terikat, respons atau endogen. Dalam penelitian ini variabel yang akan diteliti adalah hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pengguna GrabBike di Mall Palembang Icon. Variabel yang digunakan dalam penelitian dibagi dua, yaitu :

- a. Variabel bebas (X) : Kualitas Pelayanan
- b. Variabel terikat (Y) : Kepuasan Pelanggan

3.3 Definisi Operasional Penelitian

Menurut Azwar (2016) definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati. Adapun variabel penelitian ini yaitu :

1. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa dari hasil yang dirasakan pelanggan Grab Bike di Mall Palembang Icon setelah menggunakan jasa GrabBike yang secara terus menerus dimana sesuai dengan harapan dan kinerja yang dirasakan yang berarti kinerja suatu jasa sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan pelanggan. Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diukur menggunakan elemen-elemen kepuasan konsumen dari Priansa yakni harapan (*expectations*), kinerja (*performance*), perbandingan (*comparison*),

pengalaman (*experience*), konfirmasi (*confirmation*) dan diskonfirmasi (*disconfirmation*).

2. Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik serta bagaimana tanggapan orang yang dilayani mengenai jasa GrabBike yang dirasakannya. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur menggunakan dimensi-dimensi kualitas pelayanan dari Parasuraman yakni berwujud (*tangible*), keandalan (*reliabilitas*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), empati (*empaty*).

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2013) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan populasi tak terhingga yakni populasi yang jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti. Subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Berdasarkan definisi tersebut adapun populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan atau konsumen GrabBike di Mall Palembang Icon. Adapun karakteristik populasi dalam penulisan ini di antara lain:

1. Subjek berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.
2. Subjek yang memiliki aplikasi Grab dan pernah menggunakan Grab Bike.
3. Bersedia menjadi responden penulisan.

3.4.2 Sampel Penelitian

Menurut Siregar (2018), sampel adalah suatu prosedur pengambilan data di mana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi. Menurut Yusuf (2014), sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut. Untuk menentukan subjek penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik *Sampling insidental*. Menurut Sugiyono (2014) *Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Dalam penelitian ini jumlah responden yang digunakan sebanyak 150 orang pelanggan atau konsumen dari GrabBike di Mall Palembang Icon. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pendapat dari Roscoe (dalam Sugiyono, 2015) di mana ukuran sampel layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

Adapun alasan peneliti menggunakan teknik *sampling insidental*, yaitu :

1. Keterbatasan peneliti dalam mendata secara pasti jumlah populasi pelanggan GrabBike yang ada di Palembang Icon.
2. Keterbatasan biaya dan waktu penelitian.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk skala. Skala adalah suatu metode penelitian dengan menggunakan daftar pertanyaan atau pernyataan yang berisi aspek-aspek yang hendak diukur dan harus dijawab atau dikerjakan oleh subjek, dan berdasarkan atas jawaban atau isian tersebut (Suryabrata, 2009).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item soal yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Yusuf, 2014).

Adapun bentuk skala dalam penelitian ini berupa pernyataan dengan empat alternatif bentuk jawaban yang harus dipilih oleh responden. Alternatif jawaban yang disediakan yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS). Alasan peneliti memilih empat alternatif bentuk jawaban dikarenakan menyediakan pilihan tengah dipicu oleh kekhawatiran sementara orang berpendapat pilihan tengah atau netral disediakan maka kebanyakan subjek akan cenderung memilih di kategori tengah sehingga data di antara responden menjadi kurang informatif (Azwar, 2012).

Dalam skala ini terdiri atas pernyataan yang bersifat *favorable* dan *unfavorable*. Pernyataan *favorable* adalah pernyataan yang berisi tentang hal-hal yang bersifat positif mengenai variabel penelitian. Sedangkan pernyataan *unfavorable* merupakan pernyataan yang berisi hal-hal yang sifatnya negatif mengenai variabel penelitian, dengan skor sebagai berikut :

Tabel 1

Pedoman Penilaian Respon Subjek

Alternatif Jawaban	Skor Item	
	<i>Item favorable</i>	<i>Item unfavorable</i>
Sangat sesuai (S)	4	1
Sesuai (S)	3	2
Tidak sesuai (TS)	2	3
Sangat tidak sesuai (STS)	1	4

Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan:

1. Skala Kualitas Pelayanan

Skala disusun berdasarkan dimensi-dimensi Kualitas Pelayanan yakni berwujud (*tangibel*), keandalan (*reliabilitas*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

Tabel 2
Blue Print Skala Kualitas Pelayanan

No	Dimensi	Indikator	Nomor Aitem		Total
			<i>F</i>	<i>UF</i>	
1.	Berwujud (<i>Tangibel</i>)	Fasilitas Fisik	1 , 33	17	10
		Fasilitas Perlengkapan	2 , 34	18	
		Penampilan karyawan	3 , 35	19, 43	
2.	Keandalan (<i>Reliabilitas</i>)	Simpatik	4	20	10
		Akurat	5, 36	21, 44	
		Ketepatan waktu	6, 37	22, 45	
3.	Ketanggapan (<i>Responsivene ss</i>)	Membantu	7	23	10
		Responsif	8, 38	24, 46, 47	
		Memberikan informasi yang jelas	9, 39	25	
4.	Jaminan dan kepastian (<i>Assurance</i>)	Rasa percaya	10	26	10
		Kesopanan	11	27	
		Kompetensi	12	28	
		Keamanan	13	29	
		Komunikasi	14	30	
5.	Empati (<i>Empathy</i>)	Memiliki perhatian	15, 40, 41	31, 48, 49	10
		Memahami kebutuhan	16, 42	32, 50	
Jumlah			26	24	50

2. Skala Kepuasan Pelanggan

Skala disusun berdasarkan elemen-elemen Kepuasan konsumen yaitu:

Tabel 3
Blue Print Skala Kepuasan Pelanggan

No	Elemen-elemen	Indikator	Nomor Aitem		Total
			<i>F</i>	<i>UF</i>	
1.	Harapan (<i>Expectasion</i>)	Barang atau jasa yang diterima sesuai dengan harapan.	1, 11, 21, 31, 41	6, 16, 26, 36, 46	10
2.	Kinerja (<i>Performance</i>)	Kinerja dan manfaat dari produk atau jasa.	2, 12, 22, 32, 42	7, 17, 27, 37, 47	10
3.	Perbandingan (<i>Comparison</i>)	Membandingkan harapan kinerja sebelum menggunakan barang atau jasa.	3, 13, 23, 33, 43	8, 18, 28, 38, 48	10
4.	Pengalaman (<i>Experience</i>)	Pengalaman terhadap penggunaan barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.	4, 14, 24, 34, 44	9, 19, 29, 39, 49	10

5.	Konfirmasi (<i>Confirmation</i>) atau Diskonfirmasi (<i>Disconfirmation</i>)	Konfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja konsumen akan merasa puas.	5, 15, 25, 35, 45	10, 20, 30, 40, 50	10
	Jumlah		25	25	50

3.6 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Azwar, validitas adalah ketetapan dan kecermatan instrument dalam menjalankan fungsi ukuranya. Artinya, validitas menunjuk pada sejauh mana skala itu mampu mengungkap dengan akurat dan teliti data mengenai atribut yang dirancang untuk mengukurnya (Azwar,2003). Menurut Yusuf (2014) Validitas adalah instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya dapat diukur. Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (Siregar, 2013).

Seleksi terhadap item-item skala kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan akan digunakan dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik analisis *Korelasi Pearson Product Moment*. Uji validitas alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini membandingkan nilai signifikansi korelasi satu item dengan item total, dengan aturan bila nilai signifikansi < 0,05 maka aitem valid, tetapi jika nilai signifikansi > 0,05 maka aitem tidak valid (Alhamdu, 2017). Perhitungan validitas alat ukur dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan menggunakan program *Statistical Programme for Social Science (SPSS)* versi 22.00 *for windows*.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2013), Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Reliabilitas ialah konsistensi skor suatu instrumen penelitian terhadap individu yang sama dan diberikan dalam waktu yang berbeda (Yusuf, 2014).

Untuk mengukur reliabilitas suatu instrumen maka dengan teknik yang digunakan dalam penentu reabilitas skala adalah teknik koefisien *alpha cronbach* yakni guna melihat hubungan antara dua variable. Suatu alat ukur dinyatakan reliabel ketika memenuhi batas minimum skor alpha cronbach 0,6 yakni skor reliabilitas alat ukur yang kurang dari 0,6 maka dianggap kurang baik, sedangkan skor reliabilitas 0,7 dapat diterima dan dianggap baik bila mencapai skor reliabilitas 0,8. Skor reliabilitas semakin mendekati angka 1, maka semakin baik dan tinggi skor reliabilitas alat ukur yang digunakan (Alhamdu, 2017). Perhitungan reliabilitas alat ukur dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program *Statistical Programme for Social Science (SPSS) versi 22.00 for windows*.

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini, dilakukan dalam dua tahap uji asumsi dan uji hipotesis. Uji asumsi meliputi: (1) Uji normalitas, dan (2) Uji linieritas.

3.7.1 Uji Asumsi

3.7.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas yang dimaksudkan untuk mengetahui apakah skor data yang diteliti berdistribusi normal atau tidak sebagai salah satu syarat pengujian asumsi sebelum tahapan uji analisis statistik untuk pembuktian ujian hipotesis. Salah satu jenis uji normalitas data adalah uji *Kolmogorov Smirnov*. Menurut Hadi (dalam Reza, 2016), kaidah yang digunakan untuk menentukan apakah data penelitian berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai $p > 0,05$ maka dikatakan data berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai $p < 0,05$ maka data dinyatakan tidak normal.

3.7.1.2 Uji Linieritas

Uji linieritas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data yang akan dianalisis berhubungan secara linier atau tidak sebagai salah satu syarat pengujian asumsi sebelum tahapan uji analisis statistik untuk pembuktian uji hipotesis. Menurut Sutrisno Hadi kaidah untuk menentukan data yang linier adalah jika nilai $p < 0,05$ maka dikatakan data linier. Sebaliknya, jika nilai $p > 0,05$ maka data dikatakan tidak linier.

3.7.1.3 Uji Hipotesis

Setelah terpenuhinya uji asumsi, maka akan dilakukan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis *Pearson Product Moment* dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dan untuk melihat berapa besar tingkat hubungan tersebut. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$) maka ada hubungan yang signifikan.

Sebaliknya jika lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$) maka tidak ada korelasi signifikan. Semua data yang didapat akan dianalisis dengan bantuan program *Statistical Programme for Social Science* (SPSS) versi 22.00 *for windows*.