

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian korelasional (*correlation research*) artinya penelitian yang menyoroiti hubungan antara Variabel penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dirumuskan. Sedangkan tujuan penelitian korelasional adalah “Untuk medeteksi sejauh mana varisi-variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi-variasi pada satu atau lebih fakta lain berdasarkan pada koefisien korelasi” (Suryabrata, 2010:82).

Lebih lanju Suryabrata (2010:83) menjelaskan tentang ciri-ciri penelitian korelasional :

- a. Penelitian ini cocok bila variabel-variabel yang diteliti rumit dan/atau tidak dapat diteliti dengan metode experimental atau tidak dapat dimanipulasikan.
- b. Studi macam ini memungkinkan pengukuran beberapa variabel dan saling hububngannya secara serempak dalam keadaan realistiknya.
- c. Apa yang diperoleh adalah taraf atau tinggi rendahnya saling hubungan dan bukan ada atau tidaknya saling hubungan tersebut. Hal ini berbeda misalnya dengan penelitian experimental, yang dapat memperoleh hasil mengenai dan atau tidaknya efek tertentu.

Berdasar pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa jenis penelitian ini adalah penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis tentang adanya hubungan variabel bebas yakni E-Service Quality, dan variabel terikat loyalitas, sedangkan variabel moderasinya kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini persoalan dirumuskan dengan jelas dalam bentuk hipotesis.

3.2 Variabel dan Pengukuran

Variabel adalah konsep yang memperlihatkan suatu derajat atau konsep yang mempunyai variasi nilai. Dalam penelitian ini membedakan antara Variabel bebas dan Variabel terikat, yang masing-masing akan diuraikan seperti dibawah ini :

1. E-Service Quality (X)

Sejauh mana situs web memfasilitasi belanja, pembelian dan pengiriman produk dan jasa secara efektif dan efisien. Yang et al. (2004) indikator *Online service quality* sebagai berikut:

- a. Responsiveness (Daya Tanggap)

- b. Reliability (Kehandalan)
 - c. Competence (Kompeten)
 - d. Ease of use,
 - e. Service portfolio (layanan portofolio)
 - f. Security (keamanan)
2. Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)

Variabel intervening dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen suatu penilaian yang diberikan oleh konsumen setelah menggunakan jasa di gojek Kota Malang. Penilaian kepuasan yang dilakukan oleh konsumen mengacu pada penilaian tentang seluruh pengalamannya selama menggunakan jasa di gojek Kota Malang. Item-item kepuasan pelanggan, meliputi:

- a. Ramah dan sopan dalam melayani konsumen;
- b. Perasaan puas dengan fasilitas yang dimiliki gojek
- c. Kesesuaian dengan harapan konsumen;
- d. Pelayanan yang melebihi harapan konsumen.

3. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih sebagai sikap konsistensi dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Item-item loyalitas pelanggan, meliputi:

- a. Melakukan pembelian berulang secara teratur
- b. Membeli antar lini produk atau jasa (*purchasa across product and service lines*)
- c. Mereferensikan kepada orang lain (*Refres other*)
- d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing (*demonstrates an immunity to the full of the competition*)

Adapun pengukuran yang digunakan untuk mengetahui pengaruh Variabel-Variabel tersebut adalah pengukuran *ordinal* yaitu yang memungkinkan peneliti untuk mengurutkan responden dari tingkat paling rendah ke tingkat paling tinggi menurut suatu atribut tertentu. Selanjutnya

ukuran ordinal dapat dikerjakan melalui penyusunan skala dengan menggunakan teknik pengukuran angket yaitu dengan menurut Riduwan & Kuncoro (2006:20).

Berikut ini tabel definisi operasional variabel:

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Item
E-Service Quality (X1) Yang et al. (2004)	Responsiveness (Daya Tanggap)	<ol style="list-style-type: none"> Gojek memberikan layanan kepada konsumen secara cepat Gojek mudah untuk dihubungi jika ada kendala saat melakukan pemesanan makanan Gojek selalu memberikan informasi terbaru atau up-to-date pada aplikasinya
	Reliability (Kehandalan)	<ol style="list-style-type: none"> Gojek telah memberikan informasi mengenai periode pengiriman yang sesuai. Layanan Gojek selalau tersedia di Aplikasi Gojek.
	Competence (Kompeten)	<ol style="list-style-type: none"> Pelayanan yang diberikan oleh Gojek selalu dilakukan dengan cara yang sopan Gojek selalu memiliki reputasi yang baik terhadap pelayanannya.
	Easy Of Use	<ol style="list-style-type: none"> Gojek memiliki aplikasi yang mudah diakses dan digunakan Gojek mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi dengan menggunakan virtual money (OVO)
	Product Portofolio	<ol style="list-style-type: none"> Aplikasi Gojek memiliki tampilan yang menarik dan sesuai dengan harapan pelanggan Aplikasi Gojek selalu memberikan driver yang terdekat dengan lokasi pelanggan
	Security	<ol style="list-style-type: none"> Saya merasa aman dan terjamin dalam melakukan transaksi dengan Gojek
Kepuasan Konsumen Sumber: (Gaspers dalam Nasution, 2015)	Kepuasan Menyeluruh (Overall Satisfaction)	<ol style="list-style-type: none"> Kepuasan pelayanan GOJEK sesuai dengan harapan pelanggan Puas terhadap kesesuaian harga dengan pelayanan yang diberikan GOJEK Kepuasan terhadap kemudahan aplikasi GOJEK Puas terhadap kondisi kendaraan yang digunakan pengemudi GO-JEK
	Menggunakan kembali (Repeat Purchase)	<ol style="list-style-type: none"> Bersedia menggunakan jasa pengantaran GOJEK dihari berikutnya Tidak berpindah pada jasa pengantar lain
Loyalitas Konsumen Sumber : (Griffin, 2005 dalam Muzahid et.,al 2015)	Pembelian Ulang	Rutin menggunakan jasa pengantar Gojek
	Pembelian antar lini	Menggunakan jasa layanan gojek yang lain
	Rekomendasi	Menyarankan untuk menggunakan layanan jasa Gojek kepada orang lain
	Kekebalan terhadap tarikan pesaing	Tidak tergoda dengan jasa layanan selain Gojek

Variabel	Indikator	Item

Skala Likert dimana masing-masing pertanyaan diberi skor 1 sampai dengan 5 dengan bobot nilai dari masing-masing jawaban adalah sebagai berikut :

- Apabila jawaban SS= "Sangat Setuju" diberi skor 5
- Apabila jawaban S= "Setuju" diberi skor 4
- Apabila jawaban KS= "Kurang Setuju" diberi skor 3
- Apabila jawaban TS= "Tidak Setuju" diberi skor 2
- Apabila jawaban STS = "Sangat Tidak Setuju" diberi skor 1

Demikian metode yang diberikan oleh peneliti untuk mengukur pengaruh Variabel-Variabel yang akan diteliti melalui tanggapan responden terhadap pertanyaan yang diajukan

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi atau *universe* adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga (Singaribun 2006:152). Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh responden yang menjadi konsumen gojek di Kota Malang. Populasi merupakan keseluruhan dari kumpulan elemen yang memiliki sejumlah karakteristik umum, yang terdiri dari bidang-bidang untuk diteliti. Atau, populasi adalah keseluruhan kelompok dari orang, peristiwa atau barang-barang yang diminati oleh peneliti untuk diteliti (Malhotra) dalam Widayat dan Amirullah (2002:58). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen gojek di Kota Malang.

3.3.2 Sampel

Sampel menurut Singaribun (2006:155) sample adalah bagian dari populasi yang akan diselidiki dan dianggap telah mewakili atau representative dan mencerminkan ciri populasi. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan probability sampling dengan teknik simple random sampling. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *accidental Sampling* yaitu siapa saja konsumen yang secara kebetulan ditemui peneliti dapat dijadikan responden data, dengan

pertimbangan konsumen pengguna jasa gojek di Kota Malang yang menggunakan jasa gojek. Berdasarkan hasil survey awal jumlah pelanggan yang menggunakan jasa layanan Gojek selama 2 minggu sebanyak kurang lebih 100 orang, sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden. Penentuan jumlah sampel 100 responden ini mendukung pendapat Sekaran (2006) yang menyatakan bahwa “Penelitian Survey (masuk kategori Penelitian kuantitatif) butuh minimal 100 responden kelompok utama dan minimal 50 responden kelompok minor.”.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan berupa survei. Survey dilakukan dengan menggunakan instrument kuesioner untuk mendapatkan tanggapan dari responden yang diteliti. Dalam penelitian ini kuesioner atau pertanyaan yang diajukan kepada para responden/konsumen gojek di kota malang. Teknik ini diharapkan ada standar jawaban yang tepat dalam pengumpulan data. Kuesioner yang diajukan untuk responden merupakan pertanyaan tertutup, yaitu kuesioner dimana responden hanya memilih alternatif jawaban yang tersedia, sehingga responden tinggal memberi tanda atau mengisi skala-skala yang sudah ditentukan.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

3.5.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat itu mengukur apa yang ingin diukur (Singarimbun dan Effendi, 2006). Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur atau dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti tepat. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Validitas instrument dapat diuji dengan menghitung korelasi antar masing-masing pertanyaan dengan skor total dari variabel yang diuji validitasnya. Untuk menguji validitas instrumen penelitian ini digunakan teknik korelasi produk moment seperti pada Singarimbun (2006:137). Valid tidaknya suatu item instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *Product Moment Pearson* dengan level signifikansi 5%. Apabila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%), maka instrumen dinyatakan tidak valid. Selain itu dapat dilakukan dengan membandingkan

- 1) $r_{hitung} > r_{tabel}$ Maka butir atau variabel tersebut valid.
- 2) $r_{hitung} < r_{tabel}$ Maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sebuah penilaian konsistensi antara berbagai pengukuran dari sebuah variabel. Terdapat beberapa cara untuk mengukur keandalan suatu konsep dalam penelitian. Salah satu caranya adalah dengan metode Cronbach's alpha. Menurut Singarimbun (2003:139), Cronbach's alpha adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baik hal dalam sebuah kumpulan berhubungan positif antara satu dengan yang lain. Menurut Arikunto (2006:197), Cronbach's alpha merupakan yang paling sering digunakan untuk mengukur nilai keandalan dari data yang dikumpulkan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini digunakan Cronbach's alpha untuk mengukur keandalan data. Dijelaskan lebih lanjut oleh Arikunto (2006:137), nilai terendah untuk Cronbach's alpha adalah 0,6.

3.5.3 Metode Analisis Data (Path)

Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda Analisis jalur merupakan analisis untuk menguji pengaruh variabel mediasi dalam penelitian ini. Hasil dari uji analisis digunakan untuk membandingkan pengaruh mana yang lebih besar antara pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung, serta menarik suatu kesimpulan apakah dengan adanya variabel mediasi ini dapat memperkuat atau justru memperlemah pengaruh independen terhadap dependen (Ghozali, 2012).

Dalam metode PLS (Partial Least Square) teknik analisa yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Analisa outer model

Analisa outer model dilakukan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (*valid dan reliabel*). Dalam analisa model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Analisa outer model dapat dilihat dari beberapa indikator:

- a. *Convergent Validity* adalah indikator yang dinilai berdasarkan korelasi antara item score/component score dengan *construct score*, yang dapat dilihat dari *standardized*

loading factor yang mana menggambarkan besarnya korelasi antar setiap item pengukuran (indikator) dengan konstraknya. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi > 0.7 dengan konstruk yang ingin diukur, sedangkan menurut Chin yang dikutip oleh Ghozali, nilai outer loading antara 0,5 – 0,6 sudah dianggap cukup.

- b. *Discriminant Validity* merupakan model pengukuran dengan refleksif indicator dinilai berdasarkan crossloading pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka menunjukkan ukuran blok mereka lebih baik dibandingkan dengan blok lainnya. Sedangkan menurut metode lain untuk menilai discriminant validity yaitu dengan membandingkan nilai *squareroot of average variance extracted* (AVE).
- c. *Composite reliability* merupakan indikator untuk mengukur suatu konstruk yang dapat dilihat pada view latent variable *coefficients*. Untuk mengevaluasi *composite reliability* terdapat dua alat ukur yaitu internal *consistency* dan *cronbach's alpha*. Dalam pengukuran tersebut apabila nilai yang dicapai adalah $> 0,70$ maka dapat dikatakan bahwa konstruk tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi.
- d. *Cronbach's Alpha* merupakan uji reliabilitas yang dilakukan memperkuat hasil dari composite reliability. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai cronbach's alpha $> 0,7$.

Uji yang dilakukan diatas merupakan uji pada outer model untuk indikator reflektif. Untuk indikator formatif dilakukan pengujian yang berbeda. Uji untuk indikator formatif yaitu

- a. *Significance of weights*. Nilai weight indikator formatif dengan konstraknya harus signifikan.

b. *Multicollinearity*. Uji multicollinearity dilakukan untuk mengetahui hubungan antar indikator. Untuk mengetahui apakah indikator formatif mengalami multicollinearity dengan mengetahui nilai VIF. Nilai VIF antara 5-10 dapat dikatakan bahwa indikator tersebut terjadi multicollinearity.

2. Analisa Inner Model

Analisa Inner model biasanya juga disebut dengan (inner relation, structural model dan substantive theory) yang mana menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada substantive theory. Analisa inner model dapat dievaluasi yaitu dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Dalam pengevaluasian inner model dengan PLS (*Partial Least Square*) dimulai dengan cara melihat R-square untuk setiap variabel laten dependen. Kemudian dalam penginterpretasiannya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai pada R-square dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah memiliki pengaruh yang substantif. Selain melihat nilai R-square, pada model PLS (*Partial Least Square*) juga dievaluasi dengan melihat nilai Q-square prediktif relevansi untuk model konstruktif. Q-square mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya. Nilai Q-square lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai predictive relevance, sedangkan apabila nilai Q-square kurang dari 0 (nol), maka menunjukkan bahwa model kurang memiliki predictive relevance.

3. Pengujian Hipotesis

Dalam pengujian hipotesa dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan hipotesa adalah H_a diterima dan H_0 di tolak ketika t-statistik $>1,96$. Untuk menolak/menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a di terima jika nilai $p < 0,05$.