

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk para pelanggan atau pengguna transportasi berbasis online Grab khususnya bagi mahasiswa/i pada Fakultas Ekonomi Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan yang beralamat di Jalan Williem Iskandar, Pasar V Medan Estate, Kecamatan Medan Tembung, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus 2022 sampai dengan bulan September 2022.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2012: 80) mengemukakan pengertian populasi, yaitu sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga benda-benda alam yang lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek itu, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki objek atau subjek itu. Pada langkah awal seorang peneliti harus menentukan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut dengan populasi sasaran, yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi, dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut

etika penelitian, kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan. Pendapat di atas menjadi salah satu acuan bagi penulis untuk menentukan populasi. Populasi yang akan digunakan sebagai penelitian ini adalah mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan.

Tabel 3.1

Rekapitulasi Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2017

No	Jurusan/Prodi	Jumlah
1	Pendidikan Ekonomi	133
2	Pendidikan Akuntansi	113
3	Pendidikan Bisnis	104
4	Pendidikan Administrasi Perkantoran	111
5	Akuntansi	145
6	Manajemen	144
	TOTAL	750

Sumber : Ruang TU Bagian Akademik

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2011: 81), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Oleh karena itu sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya akan diselidiki dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi. Teknik

penentuan jumlah sampel yang diambil sebagai responden pada penelitian ini menggunakan rumus slovin yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (misalnya, 1%, 5%, 10%).

Pada penelitian ini jumlah populasi mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan sebanyak 750 orang secara keseluruhan. Karena memiliki jumlah populasi yang banyak maka akan digunakan rumus slovin dengan batas toleransi kesalahan 10% yaitu sebagai berikut :

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

$$n = \frac{750}{1+750.0,1^2}$$

$$n = \frac{750}{1+750.0,01}$$

$$n = \frac{750}{8,5}$$

$$n = 88,23$$

Berdasarkan perhitungan rumus slovin di atas, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berjumlah 88,23 dan dibulatkan menjadi 90 responden

dengan menggunakan standart error 10% (0,1). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018: 82).

3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2015: 38) definisi operasional adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesalahan dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian ini variabel penelitiannya adalah sebagai berikut :

3.3.1 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016: 39) mengungkapkan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, atau obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2016: 39) berdasarkan hubungan antara suatu variabel dengan variabel lain, maka variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (Variabel Independen)

Menurut Sugiyono (2017: 39) mengemukakan bahwa variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau

timbulnya variabel terikat (variabel dependen). Hal ini juga dikemukakan oleh Widiyanto (2013: 34) yaitu variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain. Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (variabel independen) adalah :

- a. Service Quality (X1)
- b. Customer Experience (X2)

2. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Menurut Sugiyono (2017: 39) mengemukakan bahwa variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (variabel independen). Widiyanto (2013: 35) juga menjelaskan bahwa variabel dependen adalah variabel yang keberadaannya dipengaruhi oleh variabel lain. Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (variabel dependen) adalah :

- a. Kepuasan Pelanggan (Y)

3.3.2 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2015: 38) definisi operasional adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesalahan dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian ini variabel penelitiannya adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
<i>Service Quality</i> (X1)	Service Quality merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh Grab atau pengemudi Grab dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pelayanan yang diberikan oleh Grab kepada pelanggan bertujuan untuk mengambil hati pelanggan tersebut supaya akhirnya bersedia untuk menggunakan transportasi Grab.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti Langsung (<i>tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>reliability</i>) 3. Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>assurance</i>) 5. Empati (<i>empathy</i>) <p>(Lupiyoadi dan Hamdani, 2009: 182)</p>
<i>Customer Experience</i> (X2)	Customer Experience adalah kesan yang didapatkan oleh pelanggan kepada transportasi Grab berdasarkan seluruh aspek perjalanan yang dialami pelanggan, mulai sejak awal berinteraksi sampai setelah penggunaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Sense</i> (Indera) 2. <i>Feel</i> (Rasa) 3. <i>Think</i> (Berpikir) 4. <i>Act</i> (Tindakan) 5. <i>Relate</i> (Hubungan) <p>(Schmitt dalam Andreani, 2007: 3)</p>

<p>Kepuasan Pelanggan (Y)</p>	<p>Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seorang pelanggan yang berasal dari pelayanan transportasi Grab yang diterima dengan yang diharapkan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya) 2. Selalu membeli produk 3. Akan merekomendasikan kepada orang lain 4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk <p>(Irawan, 2009: 102)</p>
-------------------------------	--	--

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Agar penelitian mendapatkan hasil yang maksimal maka jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari pengguna transportasi Grab di Fakultas Ekonomi Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung. Data ini diperoleh dari kuesioner yang akan dibagikan dan berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3.4.2 Sumber Data

Data Primer : Menurut Umi Narimawati (2008: 98) data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk file-

file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau responden, yaitu orang yang dijadikan objek penelitian atau orang yang dijadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data. Data ini diperoleh untuk mengetahui tanggapan pelanggan tentang Service Quality dan Customer Experience terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Transportasi Grab di Fakultas Ekonomi Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan. Data didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden.

Data Sekunder : Menurut Sugiyono (2008: 402) data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti dari orang lain atau dokumen-dokumen. Data sekunder bersifat data yang mendukung keperluan data primer.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapat data yang dibutuhkan penulis bahwa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengamatan atau Observasi

Pengamatan atau observasi merupakan aktivitas terhadap sesuatu proses atau objek dengan tujuan merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan atau gagasan yang sudah diketahui sebelumnya untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan sebuah penelitian.

2. Studi Kepustakaan

Teknik pengumpulan data yang diambil dari literatur-literatur baik berbentuk teori ataupun data yang signifikan dengan variabel-variabel ataupun objek dalam penelitian ini.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah instrument penelitian yang terdiri dari serangkaian pertanyaan dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi dari responden. Kuesioner dapat dianggap sebagai semacam wawancara tertulis. Mereka dapat dilakukan dengan tatap muka, melalui telepon, komputer atau surat. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner melalui google forms sebagai teknik pengumpulan data yang didapat dari responden menggunakan skala likert. Setiap pertanyaan mempunyai lima opsi dan dari setiap jawaban diberi bobot nilai seperti pada tabel berikut :

Tabel 3.3

Pedoman Pemberian Skor

Pernyataan	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan indikator-indikator variabel penelitian yang dirumuskan dengan *lay out* kuesioner pada tabel berikut ini :

Tabel 3.4
Lay Out Angket

Variabel	Indikator	No. Item	Skala Pengukuran
<i>Service Quality</i> (X1)	1. Berwujud (<i>tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>reliability</i>) 3. Ketanggapan (<i>responsiveness</i>) 4. Jaminan dan Kepastian (<i>assurance</i>) 5. Empati (<i>empathy</i>)	1-2, 3-4, 5-6, 7-8, 9-10	<i>Interval</i>
<i>Customer Experience</i> (X2)	1. <i>Sense</i> 2. <i>Feel</i> 3. <i>Think</i> 4. <i>Act</i> 5. <i>Relate</i>	11-12, 13-14, 15-16, 17-18, 19-20	<i>Interval</i>
Kepuasan Pelanggan (Y)	1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)	21-22, 23-24, 25-26,	<i>Interval</i>

	2. Selalu membeli produk	27-28	
	3. Akan merekomendasikan kepada orang lain		
	4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk		

3.6 Uji Instrument Penelitian

Sebelum dianalisis lebih lanjut, kuesioner sebagai alat instrument pada penelitian ini dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Kedua uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang telah dibuat memenuhi persyaratan keakuratan atau belum. Pada pelaksanaannya, kedua uji ini dilakukan dengan bantuan *software* SPSS.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Arikunto (2010: 267) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang bisa dilaporkan oleh penelitian. Dengan begitu data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian. Uji validitas menyatakan bahwa instrument yang dipakai untuk mendapatkan data dalam penelitian dapat digunakan atau tidak. Adapun rumus yang

digunakan untuk menguji validitas dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* yaitu sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\}\{n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi

x = Variabel bebas

y = Variabel terikat

n = Jumlah sampel

Σx^2 = Jumlah kuadrat variabel bebas

Σy^2 = Jumlah kuadrat variabel terikat

Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner tersebut valid, sedangkan jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner tersebut tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2010: 354) uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran konsisten seandainya dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dibuat dalam bentuk kuesioner dapat dipercaya, suatu alat ukur dapat dipercaya ketika alat ukur tersebut digunakan berkali-kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak

berbeda jauh). Adapun rumus yang digunakan untuk menguji reliabilitas dengan menggunakan rumus *alpha cronbach* yaitu sebagai berikut :

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[\frac{\sum \sigma b^2}{\sigma 1^2} \right]$$

Keterangan :

r = Reliabilitas instrument

k = Banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = Jumlah varian butir

$\sigma 1^2$ = Varian total

Jika nilai koefisien reliabilitasnya yaitu *alpha cronbach* > 0,60 maka instrument variabel adalah dapat dipercaya, sedangkan jika nilai koefisien reliabilitasnya *alpha cronbach* < 0,60 maka instrument variabel adalah tidak dapat dipercaya.

3.7 Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi ini bertujuan untuk mendapat gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen untuk kinerja pada masing-masing perusahaan baik secara parsial maupun secara simultan. Sebelum melakukan uji linier berganda, metode menentukan untuk melakukan uji asumsi klasik untuk mendapatkan hasil yang terbaik (Ghozali, 2011:

105). Tujuan pemenuhan asumsi klasik ini dirancang agar variabel bebas sebagai perkiraan atas praduga variabel terikat.

3.7.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian analisis regresi linier berganda terhadap hipotesis penelitian, terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah sebagai berikut :

3.7.1.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013: 160) mengungkapkan bahwa uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji *statistic Kolmogorov-Smirnov Test*. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$. Dan dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari regional dan/tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.7.1.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghozali (2013: 105) mengungkapkan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Cara mendeteksi terhadap adanya multikolinieritas dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- a. Besarnya Variance Inflation Factor (VIF), pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas yaitu nilai $VIF \leq 10$.
- b. Besarnya Tolerance pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas yaitu nilai Tolerance $\geq 0,1$.

3.7.1.3 Uji Heterokedastistas

Menurut Imam Ghozali (2013: 139) mengungkapkan bahwa uji heterokedastistas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan atau *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Dasar analisis :

- a. Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heterokedastistas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastistas.

3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (*explanatory*) terhadap satu variabel dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus atau linear antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya. Hubungan ini biasanya disampaikan dalam rumus. Rumus yang terbentuk adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

X₁ = Service Quality

X₂ = Customer Experience

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi masing-masing variabel

e = Standar error

3.7.3 Uji Hipotesis

3.7.3.1 Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sugiyono (2014: 257), uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji

signifikansi pengaruh *Service Quality* dan *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan secara simultan dan parsial. Adapun rumusnya yaitu sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

F = Tingkat signifikan

R² = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

Metode hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H₀ : β₁ = β₂ = 0 artinya variabel bebas (X1 dan X2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).
- H₀ : β₁ ≠ β₂ ≠ 0 artinya variabel bebas (X1 dan X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- Apabila dari hasil perhitungan diperoleh hasil F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} pada taraf kepercayaan 0,95 (95%) atau $\alpha = 0,05$ (5%) dengan derajat kebebasan = n – 2, maka hipotesis diterima dan sebaliknya.
- Jika F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} pada taraf kepercayaan 0,95 (95%) atau $\alpha = 0,05$ (5%) maka hipotesis ditolak.

3.7.3.2 Uji Parsial (Uji t)

Menurut Sugiyono (2014: 250), uji t (t-test) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Distribusi t

r = Korelasi parsial yang ditemukan

n = Jumlah sampel

t-test hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t_{tabel} menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

- H_0 diterima jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai sig $> \alpha$
- H_0 ditolak jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau nilai sig $< \alpha$

Bila terjadi penerimaan H_0 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan, sedangkan bila H_0 ditolak maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan. Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- $H_0 : \beta = 0$: tidak terdapat pengaruh yang signifikan
- $H_0 : \beta \neq 0$: terdapat pengaruh yang signifikan

3.7.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Sugiyono (2010), koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen yaitu *service quality* (X1) dan *customer experience* (X2) dalam menerangkan variasi variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$D = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

D = Koefisien Determinasi

R² = Koefisien Korelasi

Untuk mempermudah peneliti dalam mengolah dan menganalisis data penelitian, peneliti menggunakan bantuan program komputer yaitu *Statistical Program for Social Science* (SPSS).