

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) menggunakan analisis regresi berganda. Penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukukan dilapangan kerja untuk memperoleh data dan informasinya.¹ Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empirik, menguji dan menjelaskan pengaruh kualitas sistem informasi, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi ojek *online* Grab di Kudus.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang menggunakan metode survei. Metode survei adalah metode pengumpulan data primer yang didapat dari hasil komunikasi antara peneliti dengan responden guna mendapatkan data yang dibutuhkan. Data penelitian berupa data responden yang mengatakan pendapat, sikap, pengalaman atau karakteristiknya baik perorangan ataupun kelompok.² Dalam penelitian ini, survei dilaksanakan dengan cara menyebarkan kuesioner pada konsumen yang menggunakan transportasi ojek *online* Grab di Kudus.

B. Setting Penelitian

Penentuan lokasi bertujuan untuk memperjelas objek yang menjadi sasaran penelitian. Lokasi penelitian ini dilakukan di wilayah Kudus, adapun alamat Grab di Kudus

¹ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis* (Yogyakarta: UII Pers, 2005), 34.

² Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi Pertama*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2002), 152.

yaitu di Jalan Bhakti No. 82 Desa Burikan Kecamatan Kota Kabupaten.

C. Sumber Data Penelitian

Sumber data digunakan untuk mengetahui bagaimana informasi yang tersaji dalam penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Sumber Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari sumber pertama di objek penelitian disebut data primer.³ Penelitian menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh dari jawaban responden pertanyaan yang digunakan oleh peneliti. Responden yang menjawab daftar kuesioner tersebut adalah pelanggan transportasi ojek *online* Grab di Kudus.

2. Sumber Data Sekunder

Data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber pihak lain mengenai data yang kita butuhkan disebut data sekunder.⁴ Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu data yang diperoleh penulis dari dokumen, buku-buku literatur dan media alternatif lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang bisa ditetapkan oleh pemilih untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵ Jenis populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu populasi terbatas. Menurut Yusuf, populasi terbatas (*definite*) yaitu objek penelitiannya yang jumlahnya

³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2011), 132.

⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 132.

⁵ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013), 61.

dapat dihitung.⁶ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan transportasi ojek *online* Grab di Kudus sebanyak 3850 responden.

2. Sampel

Sugiyono memaparkan sampel adalah bagian yang dimiliki oleh populasi yang akan diteliti.⁷ Pengambilan sampel berdasarkan jenis populasi yaitu populasi terbatas maka menggunakan metode *probability sampling*. Metode *probability sampling* menurut Sugiyono yaitu teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁸ Jika dalam suatu penelitian yang populasinya terbatas, maka jenis sampel *probability* yang digunakan adalah *simple random sampling*. Menurut Sugiyono, *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada anggota populasi.⁹

Penentuan sampel menurut Lemeshow dengan menggunakan rumus sebagai berikut:¹⁰

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{z^2}{4(moe)^2} \\
 n &= \frac{1,96^2}{4(0,05)^2} \\
 &= \frac{3,8416}{0,01} \\
 &= 384,16 \\
 \text{Pembulatan} &= 384
 \end{aligned}$$

Keterangan :

- n = Ukuran sampel
- z = Tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian (95% = 1,96)

⁶ Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2014), 148

⁷ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, 62.

⁸ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, 66.

⁹ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, 67.

¹⁰ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif* (Bandung: Reflika Aditama, 2015), 390

moe = Margin of error (kesalahan maksimum yang bisa ditolerir sebesar 5%)

Menurut hasil perhitungan di atas, sampel yang dapat diambil adalah 384 orang responden yang cukup mewakili untuk diteliti.

E. Tata Variabel Penelitian

Menurut hubungan antara satu variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (*independent variable*) adalah variable penelitian yang memengaruhi atau yang menjadi sebab terjadinya perubahan atas munculnya variabel dependen.¹¹ Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas sistem informasi (X₁), kualitas pelayanan (X₂), dan citra merek (X₃).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (*dependent*) adalah variabel penelitian yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat munculnya variabel independen.¹² Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y).

F. Definisi Operasional

Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini terangkum dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Sistem Informasi (X ₁)	Kualitas sistem informasi dapat dijabarkan sebagai manfaat yang diterima oleh pemakai sistem informasi berupa aplikasi yang bisa memudahkan	1. Kemudahan Penggunaan	1. Mudah dan nyaman digunakan 2. Mudah dipelajari 3. Tidak menggunakan usaha yang ekstra	<i>Likert</i>

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 33.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 33.

	pemakai sistem informasi dalam mencapai tujuan. ¹³	2. Kecepatan Akses	4. Akses mudah, cepat dan nyaman 5. Respon yang cepat	
		3. Keandalan Sistem Informasi	6. Koneksi ke server lancar 7. Stabil dan tidak ada kerusakan	
		4. Fleksibilitas	8. Fleksibel	
		5. Keamanan	9. Keamanan data yang terjamin	
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Kualitas pelayanan adalah tingkatan layanan yang diberikan dapat bisa sesuai dengan ekspektasi (harapan) pelanggan. ¹⁴	1. Bukti langsung (<i>Tangibles</i>)	1. Fasilitas fisik 2. Karyawan	<i>Likert</i>
		2. Keandalan (<i>Reliability</i>)	3. Akurat 4. Terpercaya	
		3. Daya tanggap (<i>Responsive</i>)	5. Ketepatan 6. Kecepatan	
		4. Jaminan (<i>Assurance</i>)	7. Keamanan 8. Kompetensi 9. Kesopanan	
		5. Empati (<i>Empathy</i>)	10. Akses mudah 11. Komunikasi yang baik serta pemahaman pelanggan	
Citra	Citra merek	1. Kekuatan	1. Penampilan	<i>Likert</i>

¹³ Arif Luqman Hakim, dkk, “Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga, Promosi, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan,” *e-Jurnal Riset Manajemen*: 26

¹⁴ Bustam dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab-Bike (Studi Kasus pada Mahasiswa Stiem Bongaya Makassar),” *Jurnal Ilmiah Bongaya (Manajemen dan Akuntansi)* (2017): 10

Merek (X ₃)	merupakan seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang terbentuk di benak masyarakat terhadap suatu merek. ¹⁵	(<i>strengths</i>)	2. fisik 3. Harga 3. Variasi layanan yang menarik dan mudah dipahami	
		2. Keunikan (<i>uniqueness</i>)	4. Tampilan fisik yang memiliki ciri khas 5. Tampilan fisik mudah dikenali	
		3. Keunggulan (<i>favourable</i>)	6. Kemudahan merek untuk diucapkan 7. Kemudahan merek untuk diingat 8. Merek menciptakan kesan positif 9. Merek mengikuti selera konsumen	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi dari perbedaan	1. Kualitas produk	1. Kualitas produk/jasa yang diberikan sesuai harapan	<i>Likert</i>

¹⁵ Muhammad Kurniawan dan Siti Komariah Hildayanti, “Analisis Citra Merek, Harga, Pelayanan, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Palembang (Studi Kasus Konsumen Grab),” *Jurnal Ecoment Global* 4 no. 2 (2019): 89.

harapan awal sebelum pembelian dengan persepsi setelah memakai atau mengkonsumsi produk tersebut. ¹⁶	2. Kualitas pelayanan	2. Merasa puas dengan pelayanan yang diberikan
	3. Faktor Emosional	3. Merasa puas dan bangga telah menggunakan produk/jasa
	4. Harga	4. Merasa puas dengan harga/tarif dibandingkan dengan yang lainnya
	5. Biaya dan Kemudahan	5. Merasa puas dengan biaya yang dikeluarkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan 6. Merasa puas dengan kemudahan dalam pemesanan.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik yang efisien jika variabel

¹⁶ Arif Luqman Hakim, dkk, “Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga, Promosi, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan,” *e-Jurnal Riset Manajemen* (2018): 26

yang akan diukur diketahui dengan pasti dan mengetahui apa yang diinginkan responden.¹⁷

Penyusunan angket ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang mengenai fenomena sosial.¹⁸ Skala *likert* mempunyai gradasi pada jawaban setiap instrumen yaitu:

Tabel 3.2
Alternatif Jawaban Responden

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

H. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dapat menggunakan uji validitas. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.¹⁹

Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi skor butir pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Uji signifikan dapat dilakukan dengan cara membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n - k$.²⁰ Penelitian ini kuesioner akan diuji coba pada 30 responden yang disebar pada non responden dengan alasan bahwa jumlah tersebut telah memenuhi syarat minimum. Dalam hal ini 30-2 atau df 28 dan satu pengujian alpha 0,05 didapat r_{tabel} 0,361.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2004), 135

¹⁸ Mashrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2015), 93.

¹⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 52

²⁰ Mashrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 100.

Jika r_{hitung} tiap butir pertanyaan lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.²¹

2. Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali, uji realibitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui konsistensi atau keterpercayaan hasil ukur yang mengandung kecermatan pengukuran. Jika jawaban pertanyaan konsisten atau stabil maka kuesioner dikatakan reliabel.²² Alat ukur yang digunakan pada uji ini adalah *Cronbach Alpha* aplikasi SPSS (*Statistic Product and Service Solution*). Pengujian ini berguna untuk mengetahui apakah pengukuran yang dibuat reliabel atau tidaknya butir-butir pertanyaan. Pengujian reliabilitas dengan menggunakan formula *Cronbach Alpha* $> 0,70$ dan sebaliknya jika *Cronbach's Alpha* $< 0,70$ maka dikatakan tidak reliabel.²³

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Prasyarat

Uji prasyarat analisis diperlukan guna mengetahui apakah analisis data untuk pengujian hipotesis dapat dilanjutkan atau tidak.

a. Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali, uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, residual berdistribusi normal. Uji t dan F menganggap bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Terdapat dua cara untuk mengetahui residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.²⁴

Uji normalitas data dengan teknik Kolmogrov-Smirnov adalah menguji normalitas

²¹ Danang Sunyoto, *Metode Penelitian*, (Bandung: Refika Aditama, 2013), 85-87

²² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 47.

²³ Mashrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 98.

²⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 160.

data yang disajikan secara individu. Data berdistribusi normal jika hasil uji normalitas menunjukkan nilai lebih dari 0,05.²⁵ Analisis grafik Normal Probability Plot dilakukan dengan cara melihat sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residunya. Data berdistribusi normal jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya.²⁶

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghozali, uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Variabel bebas yang saling berkorelasi tidak dapat membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel bebas yang nilai korelasi dengan sesama variabel bebas = 0.²⁷ Ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Gejala multikolinieritas tidak terjadi jika nilai toleransi lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.²⁸

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Imam Ghozali, uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah tidak terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamat lain. Heterokedastisitas terjadi jika *variance* dari residual satu ke pengamat lain berbeda, dan jika tetap disebut homoskedastisitas. Regresi yang baik yaitu tidak terjadi heterokedastisitas atau disebut homoskedastisitas.

²⁵ Muhammad Ali Gunawan, *Statistik Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi dan Sosial* (Yogyakarta: Parama Publishing, 2015), 72-73.

²⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 19*, 163.

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 19*, 105.

²⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 19*, 105-106.

Kriteria yang digunakan untuk pengambilan keputusan jika tidak terjadi heterokedastisitas yaitu terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.²⁹

2. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono, analisis regresi bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perubahan nilai variabel dependen, jika nilai variabel independen diubah. Analisis ini digunakan jika peneliti ingin meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen (kriterium), jika dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor diubah.³⁰

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas sistem informasi, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi ojek *online* Grab di Kudus.

Model rumus persamaan regresi berganda yang digunakan sebagai berikut:³¹

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

Keterangan:

Y : Kepuasan Pelanggan

a : Konstanta

X₁ : Kualitas Sistem Informasi

X₂ : Kualitas Pelayanan

X₃ : Citra Merek

b₁ : Koefisien Regresi Variabel Kualitas Sistem Informasi

b₂ : Koefisien Regresi Variabel Kualitas Pelayanan

²⁹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 19*, 139.

³⁰ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, 275.

³¹ Anwar Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis*, 135.

- b_3 : Koefisien Regresi Variabel Citra Merek
 e : Variabel Pengganggu (*Error*).

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Imam Ghozali koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yaitu antara nol sampai dengan satu yang ditunjukkan melalui nilai *adjusted* R^2 . Jika nilai R^2 kecil berarti variasi variabel-variabel dependen terbatas. Sedangkah jika nilai R^2 satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.³²

c. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji F statistik bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas dalam penelitian mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.³³ Dalam penelitian ini dapat diartikan bahwa apakah kualitas sistem informasi, kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan transportasi ojek *online* Grab di Kudus. Dasar pengambilan keputusan uji F berdasarkan nilai probabilitas signifikan dan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} .³⁴

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak terdapat pengaruh).
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh).

³² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 97-98

³³ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Unit penerbit dan Percetakan AMP YKPN, 2001), 98

³⁴ Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 67

d. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji Statistik t)

Uji-t bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.³⁵ Rumus t_{hitung} pada analisis regresi adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{b_1}{sb_1}$$

Dimana:

b_1 = nilai koefisien variabel independen (variabel X)

sb_1 = nilai *standard error* dari variabel independen (variabel X).³⁶

Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan jika menggunakan probabilitas signifikan antara lain:³⁷

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

³⁵ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif*, 97.

³⁶ Freddy Rangkuti, *Marketing Analysis Made Easy* (Jakarta: Gramedia Putaka Utama, 2005), 63.

³⁷ Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 69