

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah jenis kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif. Menurut Bungin (2005:45), penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan untuk menjelaskan, meringkas berbagai kondisi, situasi, atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang akan diteliti. Dalam penelitian ini nantinya juga akan menggambarkan bagaimana Gojek dapat mempertahankan loyalitas pelanggan di masa pandemi.

Selain itu penulis juga menggunakan penelitian asosiatif, menurut Moh. Nazir, 2003 dalam Suryadi, Darmawan, Mulyadi (2019:140) penelitian asosiatif dilakukan untuk menjelaskan hubungan antara suatu fenomena dengan fenomena lainnya. Pada penelitian ini, judul dan hipotesis ingin menjelaskan hubungan antara kualitas pelayanan di masa pandemi dengan loyalitas pelanggan.

3.2. Populasi

Bungin (2005:110) mengatakan bahwa, populasi merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, gejala, peristiwa, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber penelitian.

Populasi dari penelitian ini adalah pengguna jasa layanan Gojek selama masa pandemi di Kota Semarang. Namun, dikarenakan penulis tidak mengetahui jumlah pasti dari pengguna Gojek di Kota Semarang, maka jumlah populasi diambil berdasarkan pada jumlah penduduk Kota Semarang periode Juni 2020 yaitu 1.680.417 jiwa. Data penduduk tersebut didapatkan dari situs Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dispendukcapil) Kota Semarang.

Terdapat dua alasan penulis memilih Kota Semarang yakni yang pertama, Semarang merupakan kota yang masuk dalam 5 kota awal kehadiran Gojek di Indonesia (setelah Jakarta dan Bandung) (Kompas.com:“Layanan Gojek Resmi Hadir di Lima Kota”, 2015). Kedua, penulis memilih Kota Semarang karena berdasarkan pada riset Lembaga Demografi FEB UI yang berjudul “Peran Ekosistem Digital Gojek di Semarang Sebelum dan Saat Pandemi”. Hasil dari riset tersebut menyatakan bahwa, ketika dalam masa pandemi ini GoFood berhasil menjadi penyangga ekonomi di Semarang. Hal ini disebabkan karena UMKM yang dulu bergerak secara *offline* kini bergabung dengan Gojek, sehingga berhasil menjadi solusi untuk bertahan di tengah pandemi. (Ayosemarang.com:”GoFood Penyangga Ekonomi Semarang di Masa Pandemi”, 2020).

Pada hasil riset yang dilakukan oleh Lembaga Demografi FEB UI, terdapat 88% mitra UMKM yang pertama kali bergabung dengan GoFood dan omsetnya mengalami peningkatan 58%. Pernyataan tersebut didukung melalui data yang berhasil didapatkan oleh penulis bahwa terdapat peningkatan omset UMKM, sebelum pandemi omset yang didapatkan dengan rata-rata pendapatan Rp 2.500.000,- sampai Rp 5.000.000,- sebanyak 15% dan sesudah bergabung dengan GoFood memperoleh 20%. Peningkatan omset juga dialami ketika menggunakan GoPay yang sebagian besar bergerak di sektor kuliner, sebelum pandemi omset yang didapatkan dengan rata-rata pendapatan Rp 5.000.000,- sampai Rp 7.500.000,- sebanyak 6% dan sesudah bergabung dengan GoPay memperoleh 30%.

Dampak pandemi sangat berpengaruh pada usaha UMKM, kehadiran Gojek menjadi solusi bagi mereka ditengah pandemi yang salah satunya bergabung dengan GoFood. Mitra UMKM pada Gojek sebelum pandemi berjumlah 500.000 *merchandist* yang membutuhkan waktu empat tahun untuk mendapatkannya, dan akibat dampak

pandemi membuat mitra UMKM meningkat 80% menjadi 900.000 *merchandist* (infobanknews.com). Melalui keberhasilan solusi yang didapat agar UMKM dapat bertahan di tengah pandemi, membuat penulis ingin mengetahui apakah Gojek juga berhasil memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya di tengah pandemi. Maka dari itu penulis memilih Kota Semarang untuk penelitian ini.

3.3. Teknik Sampling

Teknik *sampling* yang digunakan yaitu non-probabilitas (*Nonprobability*) lebih tepatnya *Purposive Sampling*. Bungin (2005:120) mengatakan bahwa Non-probabilitas (*Nonprobability*) adalah teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur (anggota populasi) untuk dipilih menjadi *sampel*. *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan *sampel* dengan pertimbangan tertentu.

Penulis memilih untuk menggunakan *Purposive Sampling* karena tidak semua *sampel* dapat sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh penulis. Kriteria yang diberikan oleh penulis yaitu a.) usia minimal 17 tahun, b.) selalu menggunakan jasa layanan Gojek di masa pandemi (minimal dua kali transaksi dalam jangka waktu seminggu), c.) total dana yang dihabiskan dalam satu minggu (minimal Rp 50.000,-).

Dalam melakukan penentuan kriteria terdapat beberapa alasan yang mendasari pemilihan kriteria tersebut, sebagai berikut:

a. Usia minimal 17 tahun

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mengumumkan membatasi usia pengguna media sosial yaitu 17 tahun, pada laman berita *online* kumparanTech. Penentuan usia tersebut sesuai dengan ketentuan UU Administrasi Kependudukan dalam kepemilikan kartu penduduk, meskipun terdapat perbedaan batas usia dalam peraturan tetapi rata-rata batas usia yang digunakan yaitu 17 tahun. Dalam penggunaan aplikasi Gojek pelanggan harus memiliki usia minimal

17 tahun, karena dibutuhkannya tahap verifikasi data melalui Gmail agar dapat memanfaatkan layanan mereka. Berdasarkan data yang penulis peroleh, maka responden pada penelitian ini yaitu pengguna layanan aplikasi Gojek dengan usia minimal 17 tahun.

- b. Selalu menggunakan jasa layanan Gojek di masa pandemi (minimal dua kali transaksi dalam jangka waktu seminggu)

Pada laman berita *online* Kotan.co.id, perencana keuangan senior Aildil Akbar Majid mengatakan bahwa pada tahun 2020 Indonesia baru akan masuk pada tahap *heart immunity* (kekebalan kelompok) dan diperkirakan baru akan pulih pada tahun 2023. Maka dari itu masyarakat diminta untuk menyediakan dana darurat, agar dapat digunakan untuk keperluan lain jika ekonomi tak kunjung memulih. Berdasarkan pada fenomena tersebut maka penulis menentukan batasan penggunaan layanan Gojek di masa pandemi, yaitu minimal dua kali transaksi dalam jangka waktu seminggu.

Pada penelitian ini terdapat frekuensi penggunaan layanan Gojek, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa sering mereka menggunakan layanan tersebut dalam jangka waktu seminggu. Skala penilaian yang digunakan untuk mengukur sama dengan yang penulis gunakan untuk mengetahui tanggapan dari responden, yaitu dengan menggunakan skala *likert*. Rincian skala tersebut yaitu 2 kali = jarang, 4 kali = kadang-kadang, 6 kali = sering, <6 kali = selalu.

- c. Total dana yang dihabiskan dalam satu minggu (minimal Rp 50.000,-)

Dikutip dari portal berita *online* Beritasatu, mengungkapkan bahwa pandemi yang tidak kunjung usai memberi dampak yang besar pada sektor ekonomi dunia maupun Indonesia. Dampak yang sangat dirasakan yaitu melemahnya daya beli masyarakat yang signifikan, dikarenakan peraturan yang berlaku menghambat

masyarakat untuk beraktivitas. Melalui fenomena tersebut dan juga adanya himbauan bahwa masyarakat diminta untuk menyediakan dana darurat jika ekonomi tak kunjung baik, maka penulis menggunakan batas minimal transaksi yang dihabiskan dalam satu minggu sebesar Rp 50.000,-.

3.4. Sampel

Dalam menentukan *sample*, penulis menggunakan Rumus Slovin karena dalam penarikan *sample* jumlahnya harus dapat mewakili dengan melalui rumus dan perhitungan yang sederhana. Perhitungan ukuran *sample* berdasarkan tingkat kesalahan 10%, sehingga *sample* yang dipilih memiliki kepercayaan 90% dalam Saban Echdar, (2017:269). Berikut Rumus Slovin :

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

Keterangan :
 $n = \text{Sampel}$ $N = \text{Populasi}$ $e = \text{Tingkat kesalahan/sampling error (10\% atau 0,1)}$.

Melalui rumus di atas, maka jumlah *sample* dari penelitian ini :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N \cdot e^2} = \frac{1.680.417}{1 + 1.680.417 (0,1)^2} \\ &= \frac{1.680.417}{1 + 16.804,17} = \frac{1.680.417}{16.805,17} \\ &= 99,99 \text{ (dibulatkan menjadi 100)} \end{aligned}$$

Berdasarkan pada hasil perhitungan di atas, maka didapat besaran *sample* pada penelitian ini sekurang-kurangnya 100 responden.

3.5. Operasional Konsep

Operasional konsep dalam penelitian ini digunakan untuk melakukan pengolahan data, maka diperlukan unsur lain seperti variabel, dimensi, dan indikator. Dalam menentukan variabel dan dimensi, penulis mengambil dari teori yang telah dijabarkan

pada tinjauan pustaka dan untuk indikator ditentukan berdasarkan arti dari dimensi.

Berikut operasional konsep pada penelitian ini :

Tabel 3. 1 Operasional Konsep

Variabel	Dimensi	Indikator
Kualitas Pelayanan	Kondisi Fisik (<i>Tangibles</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Kelengkapan atribut pengendara. - Kelengkapan protokol kesehatan. - Kerapian dan kebersihan berpakaian <i>driver</i>.
	Keandalan (<i>Reliability</i>)	Memberikan pelayanan tepat waktu.
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Tanggap terhadap kebutuhan pelanggan. - Sigap dalam memberikan informasi
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan mengendarai. - Keselamatan barang dalam pengiriman. - Keamanan pesanan. - Patuh pada protokol kesehatan.
	Empati (<i>Empathy</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Memberi informasi khusus. - Memberi perhatian yang penuh. - Memberikan kemudahan pelayanan.
Loyalitas Pelanggan	Melakukan pembelian secara berulang	Penggunaan jasa Gojek secara berulang selama pandemi.
	Membeli antar lini produk dan jasa	<ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan jasa Gojek kembali. - Keinginan mencoba layanan baru.
	Merekomendasi kepada orang lain	Merekomendasikan kepada orang lain.
	Menunjukkan kekebalan terhadap pesaing	Menjadikan Gojek pilihan utama.

Sumber: Olahan Penulis

3.6. Hipotesis

Hipotesis adalah proposisi yang masih bersifat sementara dan harus diuji kebenarannya. Ada dua jenis yang digunakan dalam penelitian menurut Bungin (2005:90):

- Hipotesis Alternatif (H_a)

Pernyataan yang menekankan ada korelasi atau perbedaan antara kelompok.

- Hipotesis Null (H_0)

Tidak ada hubungan atau perbedaan antara dua kelompok dalam populasi.

Dalam penelitian ini hipotesis dirumuskan dengan :

- H_a : adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan.
- H_0 : tidak adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan.

3.7. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian, penulis memperoleh data-data dengan teknik pengumpulan data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Dikarenakan kondisi pandemi *Covid-19*, penulis melakukan penyebaran kuesioner secara *online* kepada seluruh sampel dalam bentuk *Google Form*. Pada hasil penyebaran kuesioner, data yang diperoleh dari responden didapatkan dari instrumen kuesioner dengan menggunakan *closed question* (pertanyaan tertutup), sehingga responden dapat dengan cepat menjawab pertanyaan dan penulis dapat dengan mudah dan cepat menganalisis data secara statistik.

Pada setiap variabel dalam kuesioner diukur menggunakan skala *likert*, yaitu untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi orang tentang suatu objek. Pada penelitian ini penulis menggunakan pilihan jawaban dari 1 sampai dengan 4, dengan tujuan untuk menghindari pilihan jawaban ragu-ragu atau memiliki makna ganda, menurut

Bungin,2005 dalam Kriyanto (2006:136-137). Format yang digunakan yaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = setuju, dan 4 = sangat setuju.

Data sekunder pada penelitian ini dilakukan dengan mempelajari literatur, jurnal penelitian, catatan kuliah, dan sumber lainnya dari internet yang berhubungan dengan materi penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang mengenai kualitas pelayanan, loyalitas pelayanan, artikel tentang Gojek, dan lain sebagainya yang dapat mendukung penelitian ini.

3.8. Teknik Validitas dan Reliabilitas Data

3.8.1. Teknik Validitas

Validitas yaitu menunjukkan seberapa nyata pengujian mengukur terhadap apa yang seharusnya diukur. Validitas ini berhubungan dengan ketepatan alat ukur, kenyataan, dan juga dengan tujuan dari pengukuran. Menurut Sugiyono (2013:121), pengukuran dikatakan valid apabila jika melakukan pengukuran dengan nyata dan sesuai tujuannya.

Dengan demikian agar instrumen penelitian dikatakan valid, maka dilakukan dengan menggunakan Korelasi *Product Moment* menurut Coolican,2014 dalam Suryadi, Darmawan, Mulyadi (2019:186):

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[n (\sum X^2) - (\sum X)^2] [n (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi.

n = Jumlah responden.

$\sum X$ = Jumlah skor dalam sebaran X.

$\sum X^2$ = Jumlah skor dalam sebaran X setelah dikuadratkan.

$\sum Y^2$ = Jumlah skor dalam sebaran Y setelah dikuadratkan.

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam sebaran Y.

Menurut Coolican, 2014 dalam Suryadi, Darmawan, Mulyadi (2019:186-187), hasil perhitungan koefisien korelasi dibandingkan dengan nilai r , menggunakan taraf signifikan 0,5. Maka, jika nilai $r_{hit} > r_{tabel}$ pernyataan tersebut dikatakan valid, namun jika $r_{hit} < r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

3.8.2. Teknik Reliabilitas

Reliabilitas yaitu bagian yang menunjukkan akurasi dan ketepatan dari pengukurannya. Dikatakan reliabilitas berhubungan dengan kurasi dan konsistensi dari pengukurnya. Menurut Sugiyono (2013:121), dikatakan reliabel (dapat diandalkan) jika instrumen yang jika digunakan berkali-kali untuk mengukur, dapat memberi hasil data yang sama.

Untuk mengukur uji reliabilitas digunakan rumus *Cronbach Alpha* menurut Price (2017:233) dikutip oleh Suryadi, Darmawan, Mulyadi (2019:189) :

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_x^2} \right]$$

α = Koefisien alfa.

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varian butir.

k = Banyaknya butir pertanyaan yang valid.

σ_x^2 = Varian total.

Untuk mengetahui reliabilitas atau tidaknya dilakukan uji statistik dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* dengan kriteria sebagai berikut Menurut Ghazali, 2013 dikutip oleh Suryadi, Darmawan, Mulyadi (2019:189) :

- a. Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ maka pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut reliabel.

- b. Jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,70 maka pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut tidak reliabel.

3.9. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Analisis ini digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, dan seberapa sering menggunakan aplikasi Gojek.

2. Seleksi Kuesioner

Pada proses seleksi ini penulis akan melakukan pemeriksaan kelengkapan kuesioner yang terkumpul, yang nantinya siap untuk diolah lebih lanjut. Kuesioner ini dilakukan dengan beberapa tahap seleksi yaitu :

- a. Memastikan data seluruh responden telah terkumpul.
- b. Memeriksa bahwa semua pertanyaan telah terisi semua sesuai dengan petunjuk.
- c. Memastikan bahwa data tersebut dapat diolah, sesuai *point-point* yang tertera di atas.
- d. Setelah melakukan proses pemeriksaan, penulis akan melakukan pengambilan sampel, dengan menggunakan angka ganjil untuk dijadikan sampel.

3. Klasifikasi Data

Data yang telah didapat akan diklasifikasi berdasarkan pada variabel penelitian, yaitu variabel X dan variabel Y. Kemudian melakukan pemberian skor pada setiap alternatif jawaban sesuai dengan kriteria yang ditetapkan, yaitu dengan

menggunakan Skala *Likert*. Pengklasifikasian ini digunakan untuk mengetahui skor pada variabel yang diteliti.

4. Analisis Korelasi

Teknik analisis data yang digunakan yaitu penelitian korelasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan koefisien korelasi menurut Ghazi dan Sunindyo (2015:213).

Berikut adalah tabel mengenai pedoman umum dalam menentukan kriteria korelasi :

Tabel 3.2 Tabel Koefisien Korelasi

Interval Koefisien Korelasi	Interpretasi Hubungan
0,80-1,00	Sangat Kuat
0,60-0,79	Cukup Kuat
0,40-0,59	Kuat
0,20-0,39	Lemah
0,00-0,19	Sangat Lemah

Sumber : Lase, 2018

Untuk kekuatan hubungan, nilai koefisien korelasi (r) berada di -1 dan $+1$. Untuk bentuk atau arah hubungan, nilai r dinyatakan dalam positif ($+$) dan negatif ($-$). Kemudian dilakukan pengujian signifikansi korelasi, dengan rumus Spearman Brown sebagai berikut (Suryadi, Darmawan, Mulyadi, 2019:210):

$$r = 1 - \left[\frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)} \right]$$

Keterangan :

t = Uji statistik. n = Besaran *sampel*. r = Uji korelasi (koefisien korelasi).