

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti memakai pendekatan kuantitatif yang digunakan sebagai metode survei dipilih sebagai sumber utama data. Metode survei difokuskan pada pengumpulan data dari responden yang memiliki informasi yang spesifik, sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan permasalahan yang diteliti. Menurut Sugiyono (2022) Data dikumpulkan melalui penggunaan instrumen berupa kuesioner atau angket. Berdasarkan level eksplanasinya, penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal adalah jenis penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab-akibat, yakni bagaimana variabel bebas (X) memengaruhi variabel terikat (Y) Sugiyono (2022).

#### **3.2. Objek Penelitian**

Menurut Sugiyono (2022) objek penelitian merujuk pada fokus atau topik yang akan diteliti dengan tujuan untuk memperoleh data yang objektif, valid, dan dapat diandalkan mengenai variabel tertentu. Hal ini dilakukan dengan tujuan tertentu dan untuk kepentingan ilmiah yang jelas.

Objek penelitian yang peneliti pilih guna mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, *brand image* dan harga terhadap kepuasan pelanggan MRT Jakarta di kota Jakarta. Dalam penelitian ini, fokusnya adalah mengenai kepuasan pelanggan dari pengguna MRT Jakarta.

#### **3.3. Populasi dan Sampel**

##### **a) Populasi**

Menurut Sugiyono (2022) Populasi mengacu pada wilayah umum yang mencakup subjek atau objek yang memiliki karakteristik dan variabel tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan dianalisis. Oleh karena itu, perlu menjelaskan secara jelas siapa, dimana, kapan, karakteristik, dan ukuran populasi yang akan diteliti untuk memastikan bahwa populasi yang dipilih sesuai dengan tujuan penelitian. Populasi

merupakan suatu wilayah generalisasi yang meliputi objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh pelanggan yang menggunakan moda transportasi MRT Jakarta di Jakarta yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti (*unknowns population*).

#### **b) Sampel**

Menurut Sugiyono (2022) Sampel merupakan sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan populasi tersebut. Penting untuk memilih sampel yang dapat mewakili dan mencerminkan populasi secara keseluruhan. Dalam studi ini, metode pengambilan sampel yang diterapkan adalah purposive sampling. Purposive sampling adalah metode pengambilan sampel yang berfokus pada ciri-ciri khusus individu yang dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Penelitian ini akan mengambil sampel dari individu yang menggunakan MRT Jakarta minimal 1 kali perjalanan, jumlah sampel yang direncanakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 116 responden. Hair *et al.* (2019) menentukan bahwa ukuran sampel yang sesuai antara 100-200, sehingga jumlah sampel yang digunakan adalah 116 sampel.

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara *online* melalui media sosial seperti *Instagram* dan *WhatsApp*.

Sugiyono (2022) mengemukakan bahwa data primer mengacu pada sumber data yang diperoleh langsung oleh pengumpul data atau peneliti. Dalam pengumpulan data primer dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala Likert yang terdiri dari skor 1 sampai 4 untuk menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan dari responden. Data diukur menggunakan skala Likert yang mempunyai empat tingkat preferensi yang masing-masing memiliki skor 1-4 dengan rincian sebagai berikut.

Tabel 3.1. Skala Likert

No	Keterangan	Bobot
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2022)

### 3.5. Definisi Operasional

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa dalam penelitian, variabel penelitian merujuk pada atribut, sifat, atau nilai dari individu, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam studi ini, terdapat faktor yang dapat mempengaruhi dan faktor yang dipengaruhi. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa variabel independen, juga dikenal sebagai variabel bebas, adalah variabel yang memiliki pengaruh atau menjadi penyebab terjadinya perubahan atau munculnya variabel dependen, yang juga dikenal sebagai variabel terikat. Berikut adalah definisi operasional dan dimensi-dimensi yang digunakan untuk penyusunan kuesioner penelitian diantaranya sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan (X1) merupakan tujuan utama bagi suatu perusahaan dalam menghasilkan kepuasan pelanggan serta kesejahteraan pelanggan dan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang baik dengan penjual atau perusahaan untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai berdasarkan yang diharapkan pelanggan.

Adapun dimensi dari kualitas pelayanan yang baik menurut Diotiharta *et al.* (2023), sebagai berikut:

- a) *Reliability*
  - b) *Responsif*
  - c) *Assurance*
  - d) Empati
  - e) Bukti Fisik
2. *Brand Image* (X2) Citra merek adalah gambaran menyeluruh tentang bagaimana orang melihat dan merasakan terhadap suatu merek, yang dipengaruhi oleh

informasi dan pengalaman yang mereka miliki terkait merek tersebut. Citra merek melibatkan sikap, keyakinan, dan pilihan yang terkait dengan merek tersebut.

Adapun dimensi dari *brand image* yang baik menurut Yani *et al.* (2022). Citra merek memiliki tiga dimensi, yaitu:

- a) Citra Perusahaan
  - b) Citra Konsumen
  - c) Citra Produk
3. Harga (X3) Menurut Tjiptono (2019) Harga adalah nilai uang yang harus diberikan untuk memperoleh produk atau layanan tertentu. Namun, konsep harga tidak hanya mencakup nilai uang, melainkan juga meliputi semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari produk atau layanan yang ditawarkan.

Adapun dimensi harga menurut Kotler *et al.* (2020) menyatakan harga yaitu:

- a) Keterjangkauan Harga
  - b) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk
  - c) Kesesuaian harga dengan manfaat
4. Kepuasan Pelanggan (Y) adalah tingkat kepuasan pelanggan dengan produk maupun pelayanan telah diberikan apabila harapan pelanggan akan produk atau pelayanan yang diberikan tersebut telah sesuai bahkan melebihi harapan mereka.

Adapun dimensi kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2018) Disusun sebagai berikut:

- a) Konfirmasi Harapan
- b) Minat Berkunjung Kembali
- c) Ketersediaan

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel Independent

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan	1. Keandalan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelayanan selalu dapat diandalkan</li> <li>2. Pelayanan MRT memberikan kenyamanan dalam bertransportasi</li> </ol>	
	2. Responsif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. MRT menyediakan layanan tepat waktu</li> <li>2. Saya bisa merasakan keinginan staf MRT untuk membantu penumpang MRT</li> </ol>	
	3. Jaminan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saat menggunakan MRT saya merasa aman.</li> <li>2. Staf MRT memiliki kualitas yang dapat dipercaya untuk memberikan layanan</li> </ol>	

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
	4. Empati	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasakan perhatian khusus dari staf MRT</li> <li>2. Staff MRT menyambut saya dengan sangat penuh perhatian</li> </ol>	
	5. Bukti Fisik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Stasiun MRT mempunyai peralatan modern</li> <li>2. Penampakan lokasi stasiun MRT menarik untuk disimak</li> </ol>	
<i>Brand Image</i>	1. Citra Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. MRT memiliki popularitas yang baik sebagai salah satu perusahaan transportasi public</li> <li>2. MRT merupakan transportasi yang memiliki nama baik (merek perusahaan)</li> </ol>	
	2. Citra Konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Percaya diri meningkat ketika menggunakan</li> </ol>	

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
		<p>layanan MRT</p> <p>4. Adanya kepuasan tersendiri saat menikmati layanan dari MRT</p>	
	3. Citra Produk	<p>5. MRT cepat tanggap dalam melayani pelangganya</p> <p>6. Layanan pada MRT memiliki kualitas / mutu yang tinggi</p>	
Harga	1. Keterjangkaun Harga	<p>1. Harga layanan yang ditawarkan MRT terjangkau oleh pelanggan</p> <p>2. Semua golongan ekonomi masyarakat mampu menggunakan layanan MRT Jakarta</p>	
	2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Layanan	1. Harga yang ditawarkan MRT sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan	

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
		2. Kualitas yang diberikan MRT belum sesuai dengan harga	
	3. Kesesuaian Harga dengan Manfaat	1. Harga layanan MRT sesuai manfaat telah dengan diberikan 2. Saya mendapatkan banyak manfaat dengan harga yang diberikan.	

Tabel 3.3. Definisi Operasional Variabel Dependent

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan	1. Kesesuaian Harapan	1. Layanan MRT sesuai dengan kebutuhan pelanggan 2. Kecepatan kedatangan MRT memadai	
	2. Minat berkunjung /Menggunakan kembali	3. Saya akan langsung memilih MRT sebagai moda transportasi 4. Setelah saya menggunakan MRT saya akan berkunjung kembali	



	3. Kesiediaan Merekomendasikan	5. Saya akan merekomendasikan MRT sebagai moda transportasi kepada kerabat dan teman	
--	-----------------------------------	--	--

### 3.6. Teknis Teknis Analisis Data

Pada penelitian ini pengolahan data dilakukan pada komputer dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Program For Social Science*) versi 26.0 dengan tujuan mendapatkan hasil perhitungan yang akurat dan mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga lebih cepat dan tepat.

Kualitas suatu kuesioner atau hipotesis sangat bergantung pada keunggulan data yang digunakan dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan memiliki nilai jika alat yang digunakan untuk mengumpulkan data tidak memiliki tingkat kehandalan (reliabilitas) dan tingkat kesahan (validitas) yang tinggi. Proses pengujian dan pengukuran ini menunjukkan konsistensi dan ketepatan data yang terkumpul.

### 3.7. Metode Pengujian Data

#### 3.7.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2022), validitas merujuk pada tingkat ketepatan antara data yang benar-benar ada pada objek yang diteliti dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Dalam konteks ini, validitas mengacu pada sejauh mana instrumen pengumpulan data dan metode penelitian dapat menghasilkan data yang akurat dan dapat diandalkan dalam merepresentasikan fenomena yang diteliti. Dalam kata lain, validitas menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan benar-benar mencerminkan keadaan atau karakteristik objek yang diteliti, dan sejauh mana kesimpulan yang diambil dari data tersebut dapat dianggap sah.. Untuk menentukan validitas item, kolom yang terlihat adalah kolom korelasi item-total terkoreksi dari tabel lot statistik hasil pengolahan data menggunakan program *Statistical Program*

*For Social Science* (SPSS). Kriteria pemeriksaan kelayakan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai korelasi ( $r$ ) yang dihitung ( $r$  hitung) lebih besar dari nilai korelasi yang tercantum dalam tabel distribusi ( $r$  tabel), maka item kuesioner dianggap valid.
- 2) Jika nilai korelasi ( $r$ ) yang dihitung ( $r$  hitung) lebih kecil dari nilai korelasi yang tercantum dalam tabel distribusi ( $r$  tabel), maka item kuesioner dianggap tidak valid.

### 3.7.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2022), uji reliabilitas mengacu pada sejauh mana hasil pengukuran menggunakan objek yang sama, seperti kuisisioner, mampu menghasilkan data yang konsisten atau sama pada percobaan yang berbeda. Dalam konteks ini, reliabilitas mengukur tingkat kestabilan atau konsistensi instrumen pengukuran. Dengan kata lain, jika instrumen tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi, maka pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan instrumen tersebut akan menghasilkan data yang serupa atau konsisten ketika diulang pada waktu yang berbeda atau dalam situasi yang berbeda. Alat untuk mengukur reabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Setelah perhitungan *koefisien reliabilitas Alfa Cronbach* ( $r_i$ ), nilai tersebut akan dibandingkan dengan standar *koefisien reliabilitas Alfa Cronbach* yang dianggap dapat menunjukkan reliabilitas instrumen yang digunakan.

Reliabilitas menunjukkan seberapa bisa dipercayanya hasil pengukuran karena ketepatannya. Suatu instrumen pengukuran yang memiliki dua atau lebih pilihan jawaban dapat dianggap reliabel jika hasil pengukuran yang diperoleh melalui test-retest pada subjek yang sama atau melalui satu kali pengukuran dengan instrumen yang berbeda menunjukkan hasil yang relatif sama. Sedangkan, instrumen pengukuran yang hanya memiliki dua pilihan jawaban dapat dianggap reliabel jika nilai  $r_i > r_t$ . Instrumen pengukuran yang memiliki lebih dari dua pilihan jawaban dapat dianggap reliabel jika *koefisien reliabilitas Alfa Cronbach* di antara 0,70-0,90 Yusup (2018).

Jika hasil  $a$  lebih dari 0,60, maka dapat dianggap reliabel atau konsisten.

Jika hasil  $a$  kurang dari 0,60, maka tidak dapat dianggap reliabel atau konsisten.

### **3.8. Uji Asumsi Klasik**

#### **3.8.1. Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2018), tujuan dari uji normalitas adalah untuk memeriksa apakah variabel pengganggu atau residual dalam analisis regresi memiliki distribusi normal. Penting untuk dicatat bahwa uji t dan F dalam analisis regresi bergantung pada asumsi bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi terpenuhi, maka model regresi dianggap valid dengan jumlah sampel yang ada. Ada dua cara analisis yang umum digunakan untuk mendeteksi uji normalitas, yaitu:

- 1) Analisis Grafik Analisis ini menggunakan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik Normal P-Plot of Regression Standardized Residual. Dalam pengambilan keputusan, ketika titik-titik data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, nilai-nilai residual yang dihasilkan akan memiliki distribusi yang mendekati normal.
- 2) Analisis Statistik Analisis ini menggunakan metode uji Sample Kolmogorov-Smirnov, digunakan untuk mengetahui apakah sebaran data berdistribusi normal. Untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak yaitu dengan nilai signifikan  $> 0,05$  maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

#### **3.8.2. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas (independen). Dilakukan dengan cara menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika variabel-variabel independen saling berkorelasi dengan tingkat korelasi di atas 0,9, dan nilai  $R^2$  dari model regresi empiris sangat tinggi, serta nilai tolerance  $< 0,10$  atau sama dengan nilai VIF, hal tersebut menunjukkan adanya masalah multikolinieritas dalam model regresi. Imroatul khasanah (2015)

#### **3.8.3. Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali (2006) dalam Suharsono dan Sari (2019) Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan varian residual antara dua pengamatan. Uji Glejser digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan apakah terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi yang baik. Tidak ada masalah heteroskedastisitas jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05,

begitu juga sebaliknya jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. 0,05, hingga muncul masalah heteroskedastisitas.

#### **3.8.4. Uji Koefisien Korelasi**

Analisis ini bertujuan untuk memastikan seberapa besar pengaruh variabel independen atas variabel dependen. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) *Brand Image* ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ) ketiganya mempunyai pengaruh pada Kepuasan pelanggan ( $Y$ ) baik secara parsial maupun simultan dalam hal ini. Derajat keratan atau kekuatan antar variabel berbanding lurus dengan nilai koefisien korelasi. Kekuatan hubungan ketiga variabel juga akan semakin rendah jika koefisien korelasinya rendah.

### **3.9. Uji Hipotesis**

#### **3.9.1. Uji Regresi Linear Berganda**

Uji linearitas berganda adalah teknik analisis statistik yang digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Dalam konteks ini, uji linear berganda digunakan untuk memahami sejauh mana variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi dalam variabel independen yang ada. Dalam uji linear berganda, kita mencoba memodelkan hubungan linier antara variabel dependen dan variabel independen dengan menggunakan persamaan regresi. Tujuan dari uji linear berganda adalah untuk menentukan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, serta untuk menentukan apakah variabel independen tersebut memberikan pengaruh yang signifikan secara statistik pada variabel dependen. Ada beberapa teknik statistik yang dapat digunakan untuk melakukan uji linear berganda, seperti regresi linier berganda, analisis varians berganda, dan analisis jalur.

Menurut Sugiyono (2022), analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti ketika mereka ingin memprediksi bagaimana variabel dependen (kriteria) akan berubah seiring dengan perubahan dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor. Dalam analisis regresi linier berganda, variabel independen tersebut digunakan untuk memprediksi atau menjelaskan variasi dalam variabel

dependen. Analisis regresi berganda dilakukan jika terdapat setidaknya dua variabel independen yang akan digunakan.

Beganda (2019) menjelaskan pengertian uji linear berganda ini. Dalam uji linear berganda, digunakan persamaan regresi berganda yang bertujuan untuk memprediksi nilai variabel respon berdasarkan nilai beberapa variabel prediktor yang berkaitan satu sama lain. Persamaan regresi berganda ini terdiri dari beberapa variabel prediktor dan variabel respon. Persamaan regresi berganda dapat digunakan untuk memperkirakan nilai variabel respon dengan memasukkan nilai-nilai variabel prediktor ke dalamnya. Dalam bentuk matematika, persamaan regresi berganda dituliskan seperti ini:

Langkah-langkah metode Regresi Linier Berganda.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n \quad (1)$$

Variabel terikat (nilai yang akan diprediksi) disimbolkan sebagai Y.

a = konstanta

$b_1, b_2, \dots, b_n$  = nilai koefisien regresi

$X_1, X_2, X_3, X_4, \dots, X_n$  = variable bebas

Apabila terdapat dua variable independent, yaitu  $X_1$  dan  $X_2$ , maka bentuk persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

### 3.9.2. Uji T

Uji t (Uji Parsial) digunakan untuk menguji secara parsial apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen dalam suatu analisis regresi. Jika nilai signifikansi t kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat secara parsial.

### 3.9.3. Uji F

Menurut Sugiyono (2022) Uji F digunakan sebagai alat statistik untuk menentukan signifikansi bersama-sama beberapa variabel bebas dalam model regresi. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam uji F, hipotesis yang diuji adalah sebagai berikut:

- $H_0$  (hipotesis nol) menyatakan tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat,
- $H_a$  (hipotesis alternatif) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Untuk menentukan apakah  $H_0$  dapat diterima atau ditolak, nilai  $F$  hitung yang diperoleh dibandingkan dengan nilai  $F$  tabel pada tingkat signifikansi tertentu. Jika nilai  $F$  hitung lebih besar dari nilai  $F$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

#### **3.9.4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Sugiyono (2022) Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas dapat menjelaskan variasi dalam variabel terikat. Nilai Koefisien Determinasi berada dalam rentang antara 0 dan 1.

Jika koefisien determinasi mendekati nol, hal ini menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Dalam konteks ini, model memiliki sedikit atau bahkan tidak ada kemampuan dalam memprediksi atau menjelaskan variasi dalam variabel terikat.

Kelemahan dalam menggunakan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Jika setiap tambahan variabel independen, maka nilai  $R$ -squared ( $R^2$ ) tidak akan selalu meningkat. Nilai  $R^2$  merupakan ukuran sejauh mana variabel-variabel independen dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen dalam model regresi. Meskipun menambahkan variabel independen yang signifikan dapat meningkatkan nilai  $R^2$ , hal ini tidak berlaku jika variabel independen yang ditambahkan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel dependen.