

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek dan Subjek Penelitian**

Objek yaitu suatu fokus dari penelitian untuk mendapat data dan informasi dari suatu permasalahan yang akan dibahas. Objek pada studi ini yaitu variabel X sebagai variabel bebas yakni pengaruh komunikasi interpersonal dan variabel Y sebagai variabel terikat yakni kepuasan pelanggan Gojek.

Subjek pada penelitian ini yaitu para mahasiswa pengguna Gojek di kota Bandung. Subjek di penelitian ini yaitu objek untuk keberlangsungan observasi. Berdasarkan hasil riset *Polling institute* tahun 2022, yang melakukan penelitian terhadap 1.220 responden pengguna Ojek *online* yang tersebar di 31 Kabupaten/kota, mendapatkan hasil bahwa sebanyak 14,5% pengguna ojek *online* paling sering menggunakan ojek *online* adalah mahasiswa. Selain itu, Berdasarkan hasil riset *Polling institute* tahun 2022 Bandung menduduki peringkat kedua dengan pengguna ojek *online* terbanyak di Indonesia yaitu sebanyak 14,1%.

Peneliti juga menetapkan mahasiswa di kota Bandung sebagai subjek penelitian karena Jawa Barat yaitu Provinsi dengan total perguruan tinggi terbanyak di Indonesia yaitu 557 perguruan tinggi, dan kota Bandung menduduki peringkat pertama dengan kota dengan perguruan tinggi terbanyak (*dataindonesia.com*). Menurut data *bandung.go.id*, pada tahun 2022, jumlah mahasiswa di kota Bandung mencapai 541.194 jiwa. Sehingga peneliti memilih subjek pada penelitian ini yaitu mahasiswa pengguna Gojek di Kota Bandung.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode digunakan sebagai upaya bagi peneliti untuk menjalankan sebuah penelitian dengan memanfaatkan pendekatan penelitian. Pemilihan pendekatan penelitian didasarkan dengan masalah penelitian, pengalaman pribadi peneliti, dan partisipan penelitian. Tujuannya adalah untuk agar pendekatan yang dipilih lebih cocok dan sebagaimana studi yang akan dilaksanakan. (Creswell, 2016, hlm. 1).

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif. studi dengan menggunakan pendekatan kuantitatif bertujuan untuk mengetahui tingkat pengaruh, tingkat keterkaitan dan tingkat antar variabel (Siyoto & Sodik, 2015, hlm. 30). Metode yang dipakai pada penelitian ini juga berdasarkan pendekatan kuantitatif, yakni metode korelasional. Penelitian dengan memakai metode korelasional bertujuan untuk mengidentifikasi korelasi antara dua atau lebih variabel (Rahmadi, 2011, hlm. 14). Pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional dipandang sebagai pendekatan yang paling cocok untuk mengkaji pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan Gojek dalam penelitian ini.

### **3.3 Desain Penelitian**

Penelitian pada dasarnya yaitu ciri-ciri ilmiah untuk mendapat data untuk tujuan dan kepentingan penelitian. Karena pada sebuah penelitian, diperlukan suatu rancangan untuk memperhatikan desain penelitian yang nantinya akan digunakan oleh peneliti sebagai gambaran mengenai hubungan variabel, metode pengumpulan dan analisis data untuk mendapatkan hasil gambaran terkait hubungan antar variabel.

Di penelitian ini, peneliti memakai metode dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu proses mencari pengetahuan dengan memakai data yang terdiri dari angka-angka sebagai medium untuk menganalisis keterangan mengenai fenomena atau permasalahan yang ingin diketahui secara statistik (Sugiyono, 2015, hlm.13).

Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang didasari pada pemahaman filsafat positivism, yang dapat dimanfaatkan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu, yang menggunakan pengumpulan berupa instrumen penelitian, yang kemudian dianalisis data tersebut bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah cetuskan peneliti (Sugiyono, 2015, hlm. 14).

Setelah peneliti menentukan metode penelitian, peneliti mencoba menyusun instrumen penelitian sebagai alat mengumpulkan data. Dalam mengumpulkan data penelitian berbasis angka statistik, dibutuhkan sebuah instrumen penelitian. Instrumen

penelitian yakni alat bantu yang dipilih dan dipakai oleh peneliti dalam melakukan penelitian agar kegiatan tersebut menjadi sistematis (Riduwan, 2018, hlm.24). Peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner. Menurut Sugiyono (2015, hlm. 199), kuesioner adalah pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada responden untuk dijawab sebagai alat pengumpulan data. Peneliti menyebarkan kuesioner melalui internet karena sasaran responden dan tersebar luas. Oleh karena itu, peneliti memakai pendekatan kuantitatif untuk mengukur tingkat keberhasilan dalam pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan Gojek di Kota Bandung.

### **3.4 Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **3.4.1 Populasi Penelitian**

Populasi pada dasarnya adalah sumber informasi secara umum. Namun, dalam pelaksanaan pemilihan informasi, tidak semua ulasan memasukkan semua individu dari populasi sebagai sumber informasi, tetapi hanya mengambil dari sebagian populasi tersebut (Ali, 2014, hlm. 88). Populasi bukan hanya jumlah yang ada dalam artikel atau subjek yang diikuti, tetapi mencakup semua atribut yang digerakkan oleh objek atau subjek yang dimaksud. (Sugiyono, 2017, hlm. 61).

Populasi yang dipakai di penelitian ini yakni mahasiswa yang menggunakan aplikasi transportasi *online* Gojek di kota Bandung. Peneliti menetapkan kota Bandung karena Bandung menduduki peringkat kedua dengan pengguna ojek *online* terbanyak di Indonesia yaitu sebanyak 14,1%. Selain itu peneliti memilih subjek penelitian mahasiswa karena sebanyak 14,5% pengguna Gojek adalah mahasiswa.

#### **3.4.2 Sampel Penelitian**

Sampel merupakan bagian yang menangani masyarakat, yang diambil dengan menggunakan metode tertentu. Hasil yang didapat dari sampel merupakan representatif dari populasi (Ali, 2014, hlm. 90). Teknik sampling yang dipakai pada penelitian ini yakni *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* dapat memberikan kesempatan atau peluang yang tidak sama bagi setiap populasi dipilih sebagai sampel. (Sugiyono, 2017, hlm. 64). Dalam metode ini, peneliti sengaja memilih sampel yang mewakili karakteristik atau sifat tertentu dari populasi yang

sedang diteliti. Dengan kriteria sampel pada penelitian ini yakni:

1. Responden merupakan seorang mahasiswa di Kota Bandung
2. Responden merupakan pelanggan Gojek di Kota Bandung

Dikarenakan jumlah populasi di penelitian ini tidak diketahui dan secara pasti, maka dalam pengambilan sampel peneliti memakai rumus dari Wibisono. Rumus Wibisono dapat digunakan untuk teknik pengujian sampel dengan kategori sampel yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya dan berubah-ubah (Riduwan & Akdon, 2007, hlm.255). Maka peneliti menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \left[ \frac{(Z_{\alpha/2}) \cdot \sigma}{e} \right]^2$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$Z_{\alpha}$  = derajat kepercayaan

$A = 0,5\%$  (nilai tabel distribusi normal dengan tingkat keyakinan  $95\% = 1,96$ )

$\sigma$  = standar deviasi populasi

$e$  = standar error 5% atau 0,05

$$n = \left[ \frac{(Z_{\alpha/2}) \cdot \sigma}{e} \right]^2$$

$$n = \left[ \frac{(1,96/2) \cdot 0,5}{0,05} \right]^2$$

$$n = 0,98^2$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan rumus diatas, mendapatkan hasil sampel sebesar 96,04 responden yang akan dibulatkan ke atas oleh peneliti menjadi 100 responden karena perhitungannya mendekati 100. Sehingga total sampel yang akan dibutuhkan pada penelitian ini adalah 100 responden.

### 3.5 Instrumen Penelitian

#### 3.5.1 Kuesioner (Angket)

Riduwan (2018, hlm 25-26) mendefinisikan kuesioner adalah pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk dijawab sebagai alat pengumpulan data. Tujuan pembagian kuesioner yaitu untuk mendapatkan data total tentang suatu masalah dari responden tanpa menekankan jika responden memberikan jawaban yang salah. Kuesioner juga menjadi teknik yang tepat jika peneliti dengan pasti tahu variabel yang akan diukur. Pada studi ini telah menentukan dua variabel terukur sehingga teknik pengumpulan data dengan angket menjadi pilihan yang tepat. Pada penelitian ini, instrumen yang dipakai yaitu kuesioner. Pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan melalui tanya jawab yang memakai tulisan (Ali, 2014, hlm. 131).

Peneliti memilih memakai kuesioner tertutup atau kuesioner dalam penelitian ini. Kuesioner ini terdiri dari pertanyaan yang meminta responden untuk memilih jawaban yang diberikan dan memilih jawaban yang sesuai dengan karakteristiknya (Riduwan, 2018, hlm. 27). Responden yang memenuhi kriteria penelitian menerima angket atau angket dengan mengajukan persetujuan pribadi dan mengkonfirmasi kelayakan kriteria penelitian. Jika kriteria terpenuhi, responden mengisi formulir persetujuan dan kuesioner tanggapan menggunakan *Google form*. Data responden dijamin aman dan rahasia serta hanya perlu dimanfaatkan untuk kepentingan studi. Jangka waktu penyebaran ini berlangsung selama dua minggu dengan tercapainya jumlah sampel sebanyak 100 orang yang dilanjutkan pada tahap penelitian berikutnya.

#### 3.5.2 Studi Kepustakaan

Di penelitian kuantitatif, peneliti menentukan teori dan menguji berbagai teori untuk menjawab rumusan masalahnya (Creswell, 2016, hlm.5). Penelitian kuantitatif memakai sejumlah literatur untuk memberikan arahan atas rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Penelitian ini dimulai dengan menentukan teori-

teori dan batasan hingga fokus pada penelitian. Studi kepustakaan bisa didapat dari buku, karya ilmiah, jurnal, artikel dan lain-lain yang dibutuhkan dalam penelitian.

### 3.5.3 Skala Pengukuran

Pada penelitian ini, penulis memakai skala likert sebagai skala pengukuran. Penggunaan skala Likert dipilih karena sesuai dengan kebutuhan penelitian. Menurut Riduwan (2018, hlm. 12), yang menyatakan bahwa skala likert cocok dipakai untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat individu atau kelompok terkait fenomena gejala sosial tertentu. Skala likert yang digunakan pada studi ini meliputi empat poin yang mewakili pernyataan responden. Empat skala pilihan mengharuskan para respondennya memilih salah satu kutub dikarenakan pilihan “netral” tidak ada agar responden tidak memilih jawaban aman. Bobot nilai pengukuran pernyataan sebagai berikut:

*Tabel 3.1 Tabel Skala Pengukuran*

<b>Pilihan Jawaban</b>	<b>Bobot Nilai Pernyataan Positif</b>	<b>Bobot Nilai Pernyataan Negatif</b>
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Menurut Kusnendi (2017, hlm. 93), peneliti harus secara rinci menjelaskan interpretasi mereka mengenai teori agar indikator-indikator yang digunakan dalam operasional variabel dapat dipahami. Operasional variabel berperan sebagai penghubung antara pola pikir deduktif dan pola pikir induktif dalam penelitian kuantitatif. Dengan menggunakan operasional variabel, hipotesis studi akan diubah menjadi data.

Pada penelitian ini terdiri dari dua variabel yakni variabel independen atau

Ashila Nur Azhar, 2023

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRANSPORTASI  
ONLINE GOJEK**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

bebas (X) dan variabel dependen atau terikat (Y). Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen (Ridha, 2017, hlm. 66). Pada penelitian ini, peneliti memakai variabel independen yakni komunikasi interpersonal. Variabel X memiliki lima dimensi yang dirumuskan oleh Devito (dalam Suranto, hlm. 2011, hlm. 82-84) yakni keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan.

Variabel dependen atau variabel terikat, dimana variabel ini terpengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Ridha, 2017, hlm. 66). Pada penelitian ini, variabel dependen yang dipakai peneliti yaitu kepuasan pelanggan yang memiliki 3 dimensi menurut Zeithaml dan Bitner (dalam Zain, 2019, hlm. 14) yaitu Kualitas Layanan, Harga, dan Kenyamanan.

**Tabel 3. 2 Operasional Variabel**

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Skala</b>
Variabel Bebas (X) : Komunikasi Interpersonal	Definisi : menurut Devito (dalam Suranto, 2011, hlm. 82-84) komunikasi interpersonal adalah satu proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua individu dengan saling memberikan pengaruh dan timbal balik efektivitas komunikasi interpersonal menurut Devito terdapat 5 aspek efektivitas, yaitu 1) Keterbukaan, 2) Empati, 3) Sikap Mendukung, 4) Sikap Positif, dan 5) Kesetaraan.			
	Keterbukaan (X1)	Kemampuan dalam memberikan umpan balik	1) Saya merasa pengemudi Gojek saya terbuka dan mudah diajak berkomunikasi 2) Pengemudi Gojek saya mau menjawab	Likert

			<p>pertanyaan- pertanyaan yang saya berikan selama di perjalanan</p> <p>3) Saya menanggapi setiap obrolan dari pengemudi Gojek selama di perjalanan</p>	
		Menghargai Perbedaan Pendapat	<p>4) Saya merasa Pengemudi Gojek menghargai dan menerima pendapat saya terkait perbedaan rute</p>	Likert
		Berbagi Informasi	<p>5) Saya merasa nyaman ketika pengemudi Gojek memberi informasi mengenai perbedaan rute yang akan dilalui</p>	Likert
	Empati	Kemampuan memahami	<p>6) Pengemudi Gojek saya berusaha untuk memahami</p>	Likert

			situasi atau kendala yang sedang saya hadapi saat menggunakan layanan mereka	
		Kemampuan menempatkan diri	<p>7) Saya merasa nyaman ketika driver tidak tersinggung jika pelanggan meminta tolong untuk mengemudi lebih cepat.</p> <p>8) Saya merasa terbantu ketika pengemudi Gojek tanggap ketika mengetahui pelanggan ada yang sedang sakit</p> <p>9) Saya merasa nyaman ketika pengemudi Gojek menawarkan untuk berteduh saat di perjalanan sedang hujan</p> <p>10) Saya merasa terbantu ketika</p>	Likert

			pengemudi Gojek menawarkan bantuan untuk menyimpan barang saya dengan nyaman	
	Sikap Mendukung	Menciptakan suasana yang mendukung	11) Saya merasa nyaman ketika mendapatkan pengemudi Gojek yang harmonis dan komunikatif 12) Saya merasa nyaman ketika pengemudi Gojek menaati peraturan lalu lintas agar perjalanan lancar	Likert
		Menunjukkan sikap dengan verbal dan Nonverbal	13) Saya merasa senang ketika pengemudi Gojek menyapa saya dengan senyuman 14) Saya merasa senang ketika pengemudi Gojek mengucapkan kalimat sapaan	Likert

	Sikap Positif	Menunjukkan sikap dan perilaku yang positif	<p>15) Saya merasa bahwa Pengemudi Gojek menunjukkan sikap sopan dan santun saat berinteraksi dengan saya</p> <p>16) Saya merasa bahwa Pengemudi Gojek menunjukkan sikap siap untuk membantu pelanggannya</p> <p>17) Saya merasa bahwa pengemudi Gojek saya menunjukkan sikap profesionalitasnya</p>	Likert
	Kesetaraan	Kemampuan memberikan perlakuan yang adil	<p>18) Saya merasa bahwa pengemudi Gojek saya memperlakukan saya dengan rasa hormat dan adil</p> <p>19) Pengemudi Gojek saya mendengarkan dengan penuh perhatian pendapat</p>	Likert

			saya tanpa meremehkan	
Variabel Y <b>Kepuasan Pelanggan</b>	Definisi : Kepuasan pelanggan yaitu sebuah evaluasi yang didapat dari pelanggan terhadap pengalaman pelayanan yang diterimanya. Menurut Zeithaml dan Bitner (dalam Zain, 2019, hlm. 14) kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor turunan yaitu, kualitas pelayanan, harga, dan kenyamanan.			
	Kualitas Layanan	Bukti fisik ( <i>Tangibility</i> )	1) Pengemudi Gojek menggunakan kendaraan yang layak jalan 2) Kendaraan dan plat nomor sesuai dengan aplikasi	Likert
		Empati	3) Pengemudi Gojek memberikan rasa nyaman terhadap pelanggan 4) Pengemudi Gojek memperhatikan keselamatan pelanggan	Likert
		Kehandalan	5) Pengemudi Gojek mengendarai kendaraan sesuai dengan peraturan lalu lintas	Likert
		Daya	6) Pengemudi Gojek	Likert

		Tanggap	segera datang ketika saya sudah memesan layanan melalui aplikasi	
			7) Pengemudi Gojek mengkonfirmasi orderan melalui chat atau telepon	
		Jaminan	8) Pengemudi Gojek menjamin keselamatan pelanggan hingga tujuan	Likert
			9) Pelanggan Gojek menguasai/ mengetahui alamat yang akan dituju	
	Harga ( <i>Price</i> )	Biaya	10) Harga yang ditawarkan oleh Gojek dapat dijangkau oleh saya	Likert
			11) Saya merasa bahwa harga yang ditawarkan Gojek sesuai dengan manfaat dan layanan yang saya terima	

	Kenyamanan	Kenyamanan dan kepuasan Perjalanan	12) Saya merasakan nyaman selama perjalanan menggunakan Gojek 13) Saya memberikan tip kepada pengemudi Gojek ketika mengantarkan saya sampai tujuan dengan aman	Likert
		<i>Re-Purchase</i>	14) Saya akan kembali menggunakan jasa transportasi Gojek 15) Saya merasa lebih nyaman menggunakan jasa transportasi Gojek dibandingkan aplikasi yang lain	Likert

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2022

### 3.7 Pengujian Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian Instrumen penelitian tidak bisa langsung digunakan, tetapi harus diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dan reliabilitas ini diperlukan untuk memaksimalkan kualitas alat ukur dan meminimalisir kesalahan dalam pengukuran (Chotim, 2020, hlm. 63).

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas memiliki fungsi untuk untuk mengetahui apakah pertanyaan-

Ashila Nur Azhar, 2023

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE GOJEK**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pertanyaan yang akan kita cantumkan dalam kuesioner ini bersifat valid atau tidak valid. Karena suatu kuesioner dapat dikatakan valid dan diterima jika pertanyaan-pertanyaan yang terdapat di kuesioner tersebut bisa terungkap hal yang bisa terukur oleh kuesioner (Janna & Herianto, 2021).

Pada studi ini peneliti akan mengukur pengaruh komunikasi interpersonal pada kepuasan pelanggan Gojek, maka untuk melihat hasil tersebut peneliti memberikan pertanyaan melalui kuesioner. Rumus dalam menguji validitas yaitu :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{(\sum x_i^2 - (x_i)^2)(\sum y_i^2 - (y_i)^2)}$$

Keterangan :

- $r_{xy}$  = Koefisien korelasi
- $n$  = Responden
- $x_i$  = Skor setiap item dalam instrumen
- $y_i$  = Skor setiap item pada kriteria instrumen

Adapula kriteria pengujian validitas dimana tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 yaitu : (Janna & Herianto, 2021)

- $H_0$  diterima apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel , (alat ukur yang digunakan valid)
- $H_0$  ditolak apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel. (alat ukur yang digunakan tidak valid)

Berikut yaitu tabel hasil dari uji validitas yang dilakukan penulis kepada 40 orang responden. Pengujian validitas ini dilakukan dengan menguji dua variabel yakni variabel bebas (X) yakni pengaruh komunikasi interpersonal dan variabel terikat (Y) yakni kepuasan pelanggan Gojek. Instrumen penelitian memuat sebanyak 34 pertanyaan.

**Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas**

<b>Variabel</b>	<b>No Item</b>	<b>Pearson Correlation</b>	<b>Nilai R Tabel</b>	<b>Hasil</b>
Komunikasi Interpersonal (X)	Item 1	0,720	0,312	Valid
	Item 2	0,713	0,312	Valid
	Item 3	0,417	0,312	Valid
	Item 4	0,395	0,312	Valid
	Item 5	0,398	0,312	Valid
	Item 6	0,436	0,312	Valid
	Item 7	0,718	0,312	Valid
	Item 8	0,772	0,312	Valid
	Item 9	0,443	0,312	Valid
	Item 10	0,515	0,312	Valid
	Item 11	0,350	0,312	Valid
	Item 12	0,371	0,312	Valid
	Item 13	0,396	0,312	Valid
	Item 14	0,353	0,312	Valid
	Item 15	0,673	0,312	Valid
	Item 16	0,487	0,312	Valid
	Item 17	0,523	0,312	Valid
	Item 18	0,477	0,312	Valid
	Item 19	0,361	0,312	Valid
Kepuasan	Item 1	0,609	0,312	Valid
	Item 2	0,422	0,312	Valid
	Item 3	0,594	0,312	Valid
	Item 4	0,544	0,312	Valid
	Item 5	0,527	0,312	Valid
	Item 6	0,484	0,312	Valid

Pelanggan Gojek (Y)	Item 7	0,383	0,312	Valid
	Item 8	0,618	0,312	Valid
	Item 9	0,495	0,312	Valid
	Item10	0,382	0,312	Valid
	Item 11	0,615	0,312	Valid
	Item 12	0,629	0,312	Valid
	Item 13	0,694	0,312	Valid
	Item 14	0,719	0,312	Valid
	Item 15	0,713	0,312	Valid

Sumber : Olahan Peneliti, 2023

Dari hasil uji validitas antara variabel X dan Y dapat disimpulkan bahwa perolehan uji validitas menunjukkan 19 pertanyaan variabel X dan 15 pertanyaan variabel Y dinyatakan valid. Oleh karena itu butir-butir pertanyaan tersebut dapat digunakan untuk alat ukur pada penelitian ini. Tahap selanjutnya, item pertanyaan tersebut akan dijalankan uji reliabilitas yang tujuannya melihat apakah instrumen tersebut reliabel atau tidak.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Notoatmodjo (2005) (dalam Janna & Herianto, 2021), reliabilitas merupakan uji akan dilakukan setelah uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana pertanyaan dalam kuesioner dapat dipercaya agar saat terjadi pengukuran berkali-kali hasil yang ditunjukkan akan tetap sama, dengan itu maka akan dikatakan reliabel. Uji reliabilitas dilakukan berdasar pada rumus koefisien reliabilitas *Alfa Cronbach*.

$$r_1 = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_L^2}{s_t^2} \right\}$$

Keterangan:

$r_1$  = Koefisien reliabilitas Alfa Cronbach

$k$  = Total item soal

$\Sigma s_i^2$  = Jumlah varians skor setiap item

$S_t^2$  = Varians total

Signifikansi reliabilitas perlu ditinjau dengan rumus *student t* :

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

Keterangan:

$t$  = Nilai  $t$  hitung

$r$  = Koefisien korelasi

$n$  = Keseluruhan responden

Terdapat beberapa kategori koefisien realibilitas yaitu : (Sinambela & Ermawati 2020)

- a. 0,00-0,20 : Kategori reliabilitas tidak reliabel
- b. 0,21-0,40 : Kategori reliabilitas rendah
- c. 0,41-0,60 : Kategori reliabilitas sedang
- d. 0,61-0,80 : Kategori reliabilitas tinggi
- e. 0,81-1,00 : Kategori reliabilitas sangat tinggi

Penulis melakukan uji reliabilitas pada instrumen penelitian ini dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 26. Berikut yaitu hasil dari uji reliabilitas yang telah dilakukan penulis:

**Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Alpha Cronbach Score	Critical r	Hasil
Pengaruh Komunikasi Interpersonal (X)	0,831	0,81-1,00	Reliabilitas sangat tinggi
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,841	0,81-1,00	Reliabilitas sangat tinggi

Sumber : Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan hasil pengujian tersebut bisa dilihat bahwa item instrumen pertanyaan mempunyai reliabilitas sangat tinggi. Sehingga item dapat dipercaya dan digunakan untuk tahap penelitian selanjutnya. Oleh karena itu, peneliti pasti melanjutkan tahap penelitian untuk pengumpulan informasi ke lapangan, yakni kepada para pelanggan Gojek mahasiswa di Kota Bandung.

### 3.8 Prosedur Penelitian

Penelitian yaitu suatu proses yang dilakukan untuk mengatasi atau memecahkan suatu masalah. Dalam usaha untuk mencari jawaban atau solusi untuk masalah tersebut, terdapat langkah-langkah atau prosedur tertentu yang digunakan. Berikut adalah prosedur penelitian yang dilakukan dalam upaya memecahkan suatu permasalahan (Ali, 2014, hlm.40).

1. Menemukan adanya suatu masalah
2. Memahami atau mengenali karakteristik dari permasalahan tersebut
3. Merumuskan masalah secara jelas dan terperinci
4. Membuat dan mengembangkan hipotesis penelitian
5. Melakukan pengumpulan data melalui berbagai metode dan sumber informasi
6. Melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian yang telah dirumuskan
7. Membuat kesimpulan berdasarkan hasil pengujian dan data yang sudah dikumpulkan

Ashila Nur Azhar, 2023

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE GOJEK**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

### 3.9 Teknik Analisis Data

Untuk mempermudah peneliti dalam menggambarkan hasil penelitian, data yang sudah dikumpulkan akan dianalisis oleh peneliti. Metode ini dipakai untuk menggambarkan dan meringkas data yang diperoleh dari penelitian. Pada studi ini, dipakai metode analisis data deskriptif yakni:

#### 3.9.1 Analisis Data Deskriptif

Dalam studi ini, peneliti akan mengimplementasikan teknik analisis data deskriptif. Teknik ini bertujuan untuk memberikan deskripsi yang terperinci mengenai objek yang jadi fokus penelitian. Sampel yang dipakai atau objek yang menjadi fokus penelitian. Sampel yang dipakai pada studi ini akan digunakan secara representatif (Darmawan, 2013, hlm. 49). Analisis data deskriptif ini tujuannya mengetahui pengaruh komunikasi interpersonal pada kepuasan pelanggan.

Menurut Kusnendi (2017, hlm 6) dalam analisis data terdapat beberapa tahapan yang dapat dilakukan yaitu:

1. Kriteria kategorisasi

$$X > (\mu + 1,0\sigma) \quad : \text{Tinggi}$$

$$(\mu - 1,0\sigma) \leq X \leq (\mu + 1,0\sigma) \quad : \text{Moderat/Sedang}$$

$$X < (\mu - 1,0\sigma) \quad : \text{Rendah}$$

Keterangan:

$X$  = skor empiris

$\mu$  = Mean Teoritis = (Skor min+skor maks)/2

$\sigma$  = Simpangan Baku Teoritis = (Skor max - skor min)/6

2. Distribusi Frekuensi

Mengubah data variabel menjadi data ordinal dan dikategorikan nilainya sebagai berikut:

**Tabel 3.5 Kategori Variabel Distribusi Frekuensi**

<b>Kategori</b>	<b>Nilai</b>
Tinggi	3
Moderat	2
Rendah	1

Sumber: Kusnendi, 2017

### 3.10 Pengujian Asumsi Klasik

#### 3.10.1 Uji Normalitas

Darmawan (2013), menjelaskan bahwa uji normalitas merupakan syarat penting yang harus dipenuhi dalam statistik parametrik. Statistik parametrik butuh asumsi yang telah terpenuhi, dan salah satu asumsi utamanya adalah data penelitian dapat terdistribusi secara normal. Oleh karena itu, analisis pertama yang harus dilakukan data penelitian adalah memastikan bahwa data tersebut berdistribusi secara normal.

Jika data mempunyai distribusi normal, data tersebut bisa dipakai dalam statistik parametrik. Uji normalitas statistik yang dipakai pada studi ini yaitu uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan memakai software SPSS 26. Berikut adalah kriteria dari uji *Kolmogorov-Smirnov* menurut Riadi (2016, hlm. 122):

Pengujian :

$H_0$  : Populasi nilai variabel berdistribusi normal

$H_1$  : Populasi nilai variabel tidak berdistribusi normal

Menggunakan ketentuan penerimaan/penolakan  $H_0$  sebagai berikut :

1. Apabila nilai sig < 0,05 maka  $H_0$  ditolak.  $H_1$  diterima
2. Apabila nilai sig > 0,05 maka  $H_0$  diterima,  $H_1$  ditolak

#### 3.10.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dipakai untuk mengidentifikasi apakah ada hubungan yang kuat atau sempurna antara variabel bebas dalam analisis regresi (Kusnendi, 2017, hlm. 51). Menurut Ghozali (2011, hlm. 191), bentuk upaya untuk mengukur

multikolinieritas yakni dengan cara *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai VIF tersebut akan mengukur sejauh mana variasi suatu variabel bebas dapat dijelaskan oleh variabel lainnya dalam model regresi. Uji Multikolinieritas dipandang dengan nilai VIF. Bila nilai VIF  $< 10$ , jadi, bisa dikatakan bahwa variabel tersebut bebas dari gejala multikolinieritas. Pada penelitian ini, uji multikolinieritas dipakai untuk mengetahui apakah adanya hubungan yang kuat antara variabel “Komunikasi Interpersonal” dan “Kepuasan Pelanggan Gojek”.

### 3.10.3 Uji Heteroskedastisitas

Dalam melakukan uji asumsi klasik, peneliti juga melakukan uji heteroskedastisitas. Menurut Ghazali (2011, hlm. 143) Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat model regresi yang akan dilakukan dalam penelitian untuk melihat apakah terjadi perbedaan varian antara satu pengamatan dalam pengamatan yang lain. Dalam menguji model regresi diharapkan data tidak terdapat heteroskedastisitas yang ditunjukkan dengan terdapat pola tertentu (Kusnendi, 2022). Di penelitian ini, model regresi yang dipakai pada pengujian pada pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan Gojek. Model-model regresi yang dipakai pasti membuktikan model yang terjadi antara variabel bebas (X) dengan variabel (Y).

Pada penelitian ini, dilakukan pengujian heteroskedastisitas memakai metode *Rank-Spearman*. Metode ini digunakan untuk menentukan apakah ada gejala heteroskedastisitas atau tidak dengan mengkorelasikan nilai residual dengan nilai regresi pada variabel bebas. Kriteria yang dimanfaatkan untuk memahami pengujian ini adalah:

1. Jika nilai probabilitas (Asymtotic Significant)  $> 0.05$  maka dinyatakan data tidak terdapat gejala heteroskedastisitas
2. Jika nilai probabilitas (Asymtotic Significant)  $< 0.05$  maka dinyatakan data terdapat gejala heteroskedastisitas

### 3.11 Uji Hipotesis

#### 3.11.1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Pada statistik deskriptif variabel penelitian dilakukan dengan uji korelasi. Uji korelasi ini bertujuan untuk menetapkan ada atau tidak sebuah korelasi antara variabel X (Komunikasi Interpersonal) dengan variabel Y (Kepuasan Pelanggan). Uji korelasi yang dipakai pada penelitian ini memakai uji korelasi *product moment*. Metode dipakai untuk menganalisis data yang didapat dari hasil pengukuran pada dua variabel yang keduanya berbentuk skor yang bersifat kontinu. Uji ini memakai rumus korelasi *product moment* sebagai berikut (Ali, 2014, hlm. 455):

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{(\sqrt{n(\sum x_i^2) - (\sum x_i)^2})(\sqrt{n(\sum y_i^2) - (\sum y_i)^2})}$$

Keterangan:

r = nilai korelasi pearson

n = jumlah total responden

$\sum X_i$  = jumlah pengamatan variabel X

$\sum Y_i$  = jumlah pengamatan variabel Y

$\sum X_i Y_i$  = jumlah total dari pengamatan terhadap variabel X dan Y

Identifikasi kategorisasi tinggi rendahnya koefisien korelasi sesuai dengan yang tertera pada tabel berikut (Sugiyono, 2017):

**Tabel 3.6 Tabel Pearson's Product Moment**

Nilai Korelasi	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Lemah
0.20 – 0.399	Lemah
0.40 – 0.599	Cukup Kuat
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2017

Ashila Nur Azhar, 2023

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE GOJEK**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

### 3.11.2 Uji Regresi Linier Berganda (ARM)

Menurut Kusnendi (2017, hlm. 2), uji regresi linier berganda adalah metode statistika multivariat yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel. Metode ini dapat membantu untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen pada variabel dependen. Selain itu, uji ini dapat dipakai untuk memprediksi nilai variabel dependen.

Dalam studi ini, peneliti menggunakan program SPSS 26 untuk melakukan uji regresi linier berganda. Dengan memakai program SPSS 26, peneliti dapat memasukan data variabel independen dan variabel dependen ke dalam model regresi linier berganda. Uji regresi multipel ini berguna untuk menerangkan hubungan antara beberapa variabel independen (IV) dengan variabel dependen (DV) yang tunggal (Kusnendi, 2019).Selanjutnya SPSS akan menghasilkan output yang memberikan informasi tentang signifikasi antara hubungan variabel independen dan variabel dependen dengan model persamaan berganda yaitu:

$$\text{Unstandardized} \quad : Y = b_0 = b_1X_{1i} + b_2X_{2i} + b_3X_{3i} + b_4X_{4i} + b_5X_{5i} + e$$

$$\text{Standarrdized} \quad : Y = \beta_0 = \beta_1X_{1i} + \beta_2X_{2i} + \beta_3X_{3i} + \beta_4X_{4i} + \beta_5X_{5i} + e$$

Dengan keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan Go-jek

$\beta_0$  : Konstanta regresi

$\beta_1$  : Konstanta regresi X

X1 : Keterbukaan

X2 : Empati

X3 : Sikap Mendukung

X4 : Sikap Positif

X5 : Kesetaraan

e : Standar error

Ashila Nur Azhar, 2023

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE GOJEK**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

### 3.11.3 Pengujian Kelayakan Model

Pengujian kelayakan model dijalankan dengan memakai uji f yaitu proses pengujian yang dilakukan secara bersamaan mulai dari sub-variabel bebas pada variabel terikat (Chotim, 2020, hlm. 204). Uji ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh yang disebabkan sub variabel bebas pada variabel terikat.

Pada proses uji ini dapat dilakukan tahap-tahap menghitung Uji-F sebagai berikut (Chotim, 2020, hlm. 204):

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

Dengan keterangan:

$R^2$ = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota data atau kasus

Uji hipotesis simultan dengan uji F jika ada pada tingkat signifikan tertentu ( $\alpha=5\%$ ) untuk semua variabel bebas secara bersama-sama. Uji ini dilakukan dengan membandingkan besar dari nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Berikut kriteria pada uji F:

1.  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka hipotesis ( $H_a$ ) dapat diterima dan  $H_o$  ditolak
2.  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka hipotesis ( $H_o$ ) dapat diterima dan  $H_a$  ditolak

### 3.11.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan memakai uji t. Pengujian ini dipakai untuk mengetahui apakah secara parsial atau individu variabel bebas berdampak pada variabel terikat atau tidak (Chotim, 2020, hlm. 202). Keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis nol ( $H_o$ ) ditentukan berdasarkan uji statistika pada data. Dalam uji ini, digunakan t-test dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 5% (0,05). Nilai t hitung bisa dihitung yaitu:

Ashila Nur Azhar, 2023

*PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE GOJEK*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$T_{bk} = \frac{b_k}{\sqrt{(RJK_{Res})C_{ii}C}} ; db = n - k - 1$$

Berikut kriteria terkait penerimaan atau penolakan dari  $H_0$ :

1. Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya variabel tersebut signifikan
2. Jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya variabel tersebut tidak signifikan

### 3.11.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dan *Adjusted R<sup>2</sup>*

Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel bebas (X) pada variabel terikat (Y). Jika nilai  $R^2$  rendah, maka kemampuan model dalam memaparkan variasi yang terjadi pada suatu variabel terikat dianggap terbatas. Karena nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* ini bertujuan sebagai evaluasi model terbaik. Namun jika nilai  $R^2$  tinggi dan mendekati skor 1 maka model yang digunakan dapat memberikan informasi sesuai yang dibutuhkan untuk menjabarkan variasi terikat. Jika nilai  $R^2$  semakin tinggi maka model yang digunakan akan semakin efektif (Ghozali, 2011, hlm. 100).

Ada pula perhitungan pengujian koefisien determinasi ini sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{JK_{Reg}}{JK_{Tot}}$$

Sementara, nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Adjusted R^2 = \frac{JK_{Res}}{DB_{Res}} \frac{JK_{Tot}}{DB_{Tot}}$$

Berikut ketentuan pada uji koefisien determinasi dan adjusted R<sup>2</sup> :

Ashila Nur Azhar, 2023

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE GOJEK**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Jika  $R^2$  mendekati angka 1, maka bisa dikatakan hubungan variabel bebas dengan variabel terikat dinilai baik atau hubungannya semakin dekat.
2. Jika  $R^2$  menjauhi angka 1, maka bisa dikatakan hubungan variabel bebas dengan variabel terikat dinilai kurang baik atau hubungannya semakin jauh.