

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai menganalisis pengaruh *service encounter* dalam membentuk *switching behavior*. Penelitian yang dilakukan ini terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Adapun yang menjadi eksogen adalah *service encounter* (X) memiliki 11 dimensi diantaranya adalah *responsiveness Listening, Ability to Explain, Understanding, Personalization, Psychological Proximity, courtesy of each individual, confidence, security, waiting time, dan perceived competence*. Kemudian yang menjadi endogen adalah *switching behavior* (Y). Terdapat 3 dimensi yaitu *intend, need dan disappointment*

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah Transportasi Jasa Online. Unit analisis yang dijadikan sebagai responden adalah pengguna Transportasi Jasa Online. Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun di tahun 2017, maka metode yang digunakan yaitu *cross sectional method* dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu atau tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, maka penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini ditujukan untuk mengetahui secara keseluruhan mengenai *service encounter*. Sedangkan penelitian verifikatif ditujukan untuk menguji pengaruh *service encounter* terhadap *switching behavior*.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penelitian yang dilakukan meliputi dua variabel inti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat, di antaranya:

1. Variabel bebas (X) adalah *service encounter* meliputi *interactivity* dan *rituality* yang masing-masing memiliki enam sub-dimensi dalam *interactivity* terdapat *responsiveness Listening, Ability to Explain, Understanding, Personalization, Psychological Proximity*. Kemudian didalam dimensi *rituality* terdapat adalah *courtesy of each individual, confidence, security, attitudes of receptionist, waiting time, dan perceived competence of the contact personel*

- 2.
3. Variabel terkait (Y) adalah *switching behavior* memiliki tiga dimensi diantaranya adalah *Intend*, *need* dan *disappointment*

Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 3 1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Sub-Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6	7
<i>Service encounter</i>	<i>Responsiveness</i>	Tanggapan secara cepat dan positif dari penyedia layanan jasa yang diberikan kepada konsumen	<i>Good Respons</i>	Tingkat respon yang diberikan oleh penyedia layanan jasa untuk menyelesaikan masalah konsumen	Interval	1
			<i>Quick Respons</i>	Tingkat kecepatan tanggapan yang diberikan penyedia layanan jasa kepada konsumen.	Interval	2
	<i>Listening</i>	Pendengaran penyedia layanan jasa secara keseluruhan mengenai penjelasan masalah yang dialami konsumen.	<i>Communicative</i>	Tingkat kemudahan komunikasi dari penyedia layanan kepada konsumen	Interval	3
			<i>Attentive</i>	Tingkat perhatian dari penyedia layanan kepada konsumen	Interval	4
	<i>Ability to Explain</i>	Kemampuan dalam menjelaskan solusi untuk penyelesaian masalah yang sedang dialami konsumen	<i>Clarity</i>	Tingkat kejelasan informasi yang diberikan kepada konsumen	Interval	5
			<i>didactic</i>	Tingkat pengetahuan penyedia layanan jasa terhadap pengetahuan layanan	Interval	6
	<i>Understanding</i>	Pengertian yang diberikan kepada konsumen dari penyedia layanan jasa akan masalah yang dialami oleh konsumen	<i>Caring</i>	Tingkat kepedulian yang diberikan oleh penyedia layanna jasa kepada konsumen	Interval	7
			<i>Struggle</i>	Tingkat perjuangan	Interval	8

Variabel	Sub-Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6	7
				penyedia layanan jasa untuk memuaskan kebutuhan konsumen		
	<i>Personalization</i>	Meliputi kepribadian penyedia layanan jasa dalam implementasi pelayanan yang diberikan	<i>Good personality</i>	Tingkat baiknya sikap/etika penyedia layanan dalam berinteraksi dengan konsumen	Interval	9
			<i>Neatness</i>	Tingkat kerapihan dan kebersihan penyedia layanan saat mengirimkan pelayanan jasa	Interval	10
	<i>Psychological proximity</i>	Kedekatan secara psikologis antara konsumen dengan penyedia layanan	<i>Closeness</i>	Tingkat kedekatan secara personal terhadap perusahaan	Interval	11
			<i>Friendly</i>	Tingkat keramahan penyedia layanan kepada konsumen	Interval	12
	<i>Courtesy</i>	Kesopanan dalam implementasi yang dilakukan penyedia layanan kepada konsumen	<i>Polite</i>	Tingkat kesopanan yang dilakukan oleh penyedia layanan kepada konsumen	Interval	13
			<i>Aggressive</i>	Tingkat agresifitas penyedia layanan yang bersifat menyerang konsumen	Interval	14
			<i>Comfort</i>	Tingkat kenyamanan konsumen dalam implementasi pelayanan jasa	Interval	15
	<i>Confidence</i>	Kepercayaan konsumen untuk menggunakan jasa yang diberikan oleh penyedia dalam penyelesaian masalah	<i>Trust</i>	Tingkat kepercayaan konsumen dalam pemberian solusi atau saran yang diberikan oleh penyedia layanan	Interval	16
			<i>Honest</i>	Tingkat kejujuran penyedia layanan kepada konsumen	Interval	17
	<i>Security</i>	Pemberian rasa aman kepada	<i>Worried</i>	Tingkat kekhawatiran	Interval	18

Variabel	Sub-Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6	7
		konsumen dalam implementasi pelayanan jasa		konsumen dalam menggunakan jasa		
			<i>Anxiety</i>	Tingkat kegelisahan konsumen dalam menggunakan jasa	Interval	19
	<i>Waiting time</i>	ketepatan waktu penyedia layanan ketika mengantarkan layanan kepada konsumen	<i>Often late</i>	Tingkat seringnya keterlambatan yang terjadi dalam pemesanan penyedia layanan jasa	Interval	20
			<i>Compensation</i>	Tingkat baik atau buruknya kompensasi yang diberikan oleh penyedia layanan kepada konsumen	Interval	21
	<i>Perceived competence</i>	Kemahiran penyedia layanan saat mengirimkan pelayanan kepada konsumen	<i>skilled</i>	Tingkat keterampilan penyedia layanan saat memberikan pelayanan	Interval	22
			<i>competent</i>	Tingkat baik atau buruknya kompetensi dari penyedia layanan	Interval	23
<i>Switching Beviour</i>	<i>Intend</i>	Niat dari konsumen untuk beralih kepada penyedia layanan lain	<i>Attractiveness</i>	Tingkat ketertarikan pelanggan terhadap penyedia layanan	Interval	24
			<i>Awareness</i>	Tingkat kesadaran dari pelanggan terhadap penyedia layanan jasa ketika hendak beralih	Interval	25
	<i>Need</i>	Kebutuhan dari konsumen untuk beralih kepada penyedia layanan lain	<i>Capacity</i>	Tingkat kapasitas konsumen untuk menggunakan layanan jasa	Interval	26
			<i>Priority</i>	Tingkat prioritas konsumen dalam menggunakan layanan jasa	Interval	27
	<i>Disappointment</i>	Kekecewaan yang dirasakan oleh konsumen kepada penyedia layanan saat pelayanan jasa sedang berlangsung	<i>Unexpected</i>	Tingkat ketidaksesuaian ekspektasi konsumen terhadap pelayanan jasa	Interval	28
			<i>Experience</i>	Tingkat baik buruknya	Interval	29

Variabel	Sub-Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6	7
				pengalaman yang dimiliki oleh konsumen terhadap penyedia layanan jasa		

Sumber : Berdasarkan hasil pengolahan data, referensi buku dan jurnal

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data Penelitian ini memiliki dua sumber data yaitu sumber data primer (*primary data source*) dan sumber data sekunder (*secondary data sources*). Data primer diperoleh peneliti secara langsung dari tangan pertama melalui kuesioner yang akan disebarakan kepada sejumlah responden sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi penelitian yakni pada pengguna transportasi jasa online. Sedangkan data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui sumber publikasi dan non publikasi diantaranya literatur, artikel, jurnal serta studi internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan. Sumber data tersedia pada Tabel 3.2, sebagai berikut

TABEL 3.2
SUMBER DATA

DATA	JENIS DATA	SUMBER DATA
Jurus Grab untuk Menguasai Pasar Ojek Online	Sekunder	http://www.swa.co.id
Peningkatan Pasar Gojek dibanding Grab	Sekunder	http://teknologi.news.viva.co.id
Peningkatan Pasar Grab	Sekunder	http://www.cnnindonesia.com
Persaingan antara transportasi konvensional dan transportasi online	Sekunder	http://marketeers.com
Perpindahan pelanggan Grab ke Uber	Sekunder	http://www.cnnindonesia.com
Pelanggan Gojek yang beralih ke Transportasi online lain	Sekunder	http://selular.id
Beralihnya pelanggan Uber ke Grab	Skunder	http://www.tribunnews.com
Beralihnya pelaggan Gojek ke Grab dan Uber	Sekunder	http://wartakota.tribunnews.com
Peningkatan Pemesanan Gojek, Grab dan Uber di Indonesia	Sekunder	http://www.swa.co.id
Fokus Gojek pada program loyalitas Go-Point	Sekunder	https://kumparan.com
Ambisi Grab jadi penguasa pasar ojek online masih terhalang Gojek	Sekunder	http://inet.detik.com
Tingkat loyalitas pelanggan pada perusahaan transportasi jasa online	Primer	Pra-Penelitian 2017
Tahun penggunaan awal konsumen layanan transportasi jasa online	Primer	Pra-Penelitian 2017

DATA	JENIS DATA	SUMBER DATA
Intensitas konsumen dalam menggunakan layanan transportasi jasa online	Primer	Pra-Penelitian 2017

Sumber : Berdasarkan Hasil Pengolahan Data 2017

3.2.4 Populasi Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, gejala, nilai, peristiwa, dan sebagainya menjadi sumber data penelitian atau populasi. Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka yang menjadi populasi sasaran pada penelitian ini adalah *followers* Indonesia *official* Instagram dari tiga perusahaan transportasi jasa online yaitu Go-Jek, Grab, dan Uber yang dimana jumlah data yang diperoleh dari *official* Instagram Gojek Indonesia memiliki *follower* sejumlah 269.000, Grab Indonesia memiliki *follower* sejumlah 133.000 dan Uber Indonesia memiliki *follower* sejumlah 84.500. Total dari seluruh *follower* tersebut sebesar 486.500. (Sumber: <https://Instagram.com> diakses 18/05/2017). Gojek 269.000 grab 133.000 uber 84.500 = 486.500

3.2.4.2 Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi, yaitu sebagian jumlah pengguna transportasi jasa online di Indonesia. Adapun rumus yang digunakan untuk mengambil suatu sampel dari sebuah populasi ialah dengan menggunakan rumus Slovin dalam Husein Umar, (2014:78) rumus yang digunakan untuk mengukur sampel adalah sebagai berikut:

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

E = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan misalnya 10%

Perhitungan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$N = 817.300 \quad e = 0,05$$

Maka diperoleh:

$$n = \frac{486.500}{1 + (486.500)(0,05)^2} = \frac{486.500}{1217,25} = 399,6 \approx 400$$

Berdasarkan sampel dengan menggunakan rumus teknik Slovin, maka diperoleh ukuran sampel (n) sebanyak 399,8 yang dibulatkan menjadi 400 responden.

3.2.4.3 Teknik *Sampling*

Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang secara sistematis dan acak memberikan kesempatan yang sama kepada populasi untuk dijadikan sampel. Hak setiap subjek sama sehingga penelitian terlepas dari perasaan ingin mengistimewakan satu atau beberapa subjek dan semua populasi dari pengguna transportasi jasa online memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel terpilih oleh peneliti.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini terdiri dari dua metode, yaitu :

1. Studi kepustakaan, pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, jurnal, situs *website*, majalah guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti, terdiri dari *service encounter* dan *switching behavior*.
2. Kuesioner, dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yaitu pengguna transportasi jasa online. kuesioner ini penulis mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan pengukuran indikator variabel *service encounter* serta *switching behavior*, kemudian memilih alternatif jawaban yang telah disediakan pada masing-masing alternatif jawaban yang dianggap paling tepat.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Esensi dari suatu penelitian adalah data yang diperoleh akurat dan objektif. Data mempunyai kedudukan yang paling tinggi pada suatu penelitian karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar atau tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel.

Data valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Dengan

menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel (Sugiyono, 2014:172-173).

Penelitian ini menggunakan data interval yaitu data yang menunjukkan jarak antara satu dengan yang lain dan mempunyai bobot yang sama serta menggunakan skala pengukuran *semantic differential*. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) 21.0 for windows.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Penelitian mengenai pengaruh *service encounter* (X) terhadap *switching behavior* (Y) dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel *service encounter* (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel *switching behavior*(Y), , selanjutnya dengan menafsirkan data yang terkumpul dari responden melalui angket.

Pengertian validitas itu sendiri merupakan bukti bahwa instrumen, teknik atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Sekaran, 2014:195). Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang valid dan mana yang tidak. Sehingga uji validitas dilakukan dengan mencari korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total pertanyaan untuk hasil jawaban responden. Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Sugiyono (2014:248)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

X = Skor yang diperoleh dari subjek seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum XY$ = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

N = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas pada item kuesioner dikatakan valid dan tidak valid sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} atau ($r_{hitung} > r_{tabel}$)
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} hitung lebih kecil atau sama dengan daripada r_{tabel} atau ($r_{hitung} \leq r_{tabel}$)

Perhitungan validitas instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 for windows. Berdasarkan angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan taraf kesalahan ($\alpha = 0,05$) dan derajat bebas (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka diperoleh nilai r_{tabel} sebanyak 0,374. Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel *service encounter* (X), dan *switching behavior* (Y) berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 for windows, menunjukkan bahwa item-item pernyataan dalam angket valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan skor r_{tabel} , untuk lebih rinci dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut ini:

TABEL 3.3
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL SERVICE ENCOUNTER (X)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Responsiveness				
1	Driver memberikan respon yang baik kepada Anda	0,529	0,349	Valid
2	Driver memberikan tanggapan yang cepat	0,651	0,349	Valid
Listening				
3	Driver mudah untuk diajak berkomunikasi	0,614	0,349	Valid
4	Driver memperhatikan perkataan Anda dengan seksama	0,492	0,349	Valid
Ability to Explain				
5	Driver menjelaskan informasi dengan jelas	0,492	0,349	Valid
6	Driver mengetahui dengan jelas tentang pelayanan jasa transportasi online	0,434	0,349	Valid
Understanding				
7	Driver peduli dengan kepentingan Anda	0,685	0,349	Valid
8	Driver berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan Anda	0,471	0,349	Valid
Personalization				
9	Driver menunjukkan sikap/etika yang baik saat berinteraksi dengan Anda	0,651	0,349	Valid
10	Perlengkapan prosedur yang digunakan oleh Driver rapih dan bersih (Motor, Helm, Jaket dll)	0,524	0,349	Valid
Psychological Proximity				

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
11	Saya sebagai konsumen lebih memilih untuk memesan di perusahaan layanan jasa tempat teman saya bekerja	0,519	0,349	Valid
12	<i>Driver</i> bersikap ramah kepada Anda	0,395	0,349	Valid
<i>Coutesy</i>				
13	<i>Driver</i> berperilaku sopan kepada Anda	0,651	0,349	Valid
<i>Confidence</i>				
14	Anda sebagai konsumen percaya akan solusi dan saran yang diberikan oleh <i>Driver</i>	0,511	0,349	Valid
15	<i>Driver</i> berkata jujur	0,432	0,349	Valid
<i>Security</i>				
16	Anda merasa aman ketika berkendara dengan <i>Driver</i> Transportasi Jasa Online	0,511	0,349	Valid
17	Anda merasa gelisah ketika berkendara dengan <i>Driver</i> Transportasi Jasa Online	0,511	0,349	Valid
<i>Waiting time</i>				
18	<i>Driver</i> sering kali terlambat saat menjemput Anda	0,511	0,349	Valid
19	<i>Driver</i> seringkali memberikan kompensasi yang baik saat terlambat menjemput Anda	0,432	0,349	Valid
<i>Perceived competence</i>				
20	<i>Driver</i> memiliki keterampilan yang baik dalam berkendara	0,432	0,349	Valid
21	<i>Driver</i> memiliki kompetensi (daya saing) yang kurang baik dalam memberikan pelayanan jasa transportasi online	0,397	0,349	Valid

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian pada Tabel 3.3, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada instrumen variabel (X) *service encounter* dinyatakan valid, karena setiap item memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Nilai tertinggi terdapat pada dimensi *Understanding* dengan item pernyataan butir 7 yaitu “*Driver* peduli dengan kepentingan Anda” yang memperoleh nilai sebesar 0,685 sedangkan terendah terdapat pada item pernyataan butir 12 yaitu “*Driver* bersikap ramah kepada Anda” dengan memperoleh nilai sebesar 0,395 untuk keduanya, sehingga korelasinya **agak rendah**. Berikut ini Tabel 3.4 mengenai hasil uji validitas instrumen variabel *switching behavior*(Y):

TABEL 3. 4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL SWITCHING BEHAVIOR (Y)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Intend</i>				

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Anda tertarik untuk beralih ke layanan jasa transportasi online yang lain	0,532	0,349	Valid
2	Anda sadar bahwa layanan transportasi jasa lain memberikan pelayanan yang lebih baik	0,479	0,349	Valid
<i>Need</i>				
3	Anda sebagai konsumen harus beralih ke perusahaan lain karena layanan Jasa Transportasi Online yang sekarang Anda gunakan tidak dapat memenuhi kebutuhan Anda	0,557	0,349	Valid
4	Anda merasa tidak di prioritaskan oleh <i>Driver</i>	0,712	0,349	Valid
<i>Disappointment</i>				
6	Pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan ekspektasi Anda	0,422	0,349	Valid
7	Anda beralih ke perusahaan lain karena memiliki pengalaman yang buruk dengan salah satu penyedia layanan	0,601	0,349	Valid

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada instrumen variabel (Y) *switching behavior* dinyatakan valid, karena setiap item memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Nilai tertinggi terdapat pada dimensi *need* dengan item pernyataan butir no 4 “Anda merasa tidak diprioritaskan oleh *driver*” yang memperoleh nilai sebesar 0,712 sedangkan terendah terdapat pada item pernyataan butir 6 dengan pernyataan “Pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan ekspektasi Anda” yang memperoleh nilai sebesar 0,422 sehingga ditafsirkan bahwa indeks korelasinya **agak rendah**.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Sanusi (2013:80) mengemukakan:

Realibilitas suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Secara implisit, realibilitas ini mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak terpengaruh oleh siapa pengukurnya.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya (*reliable*) atau dapat diandalkan (*dependable*). Untuk uji reliabilitas, alternatif jawaban lebih dari dua, adapun rumus yang dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas ini menggunakan rumus *Alpha Croanbach*. Menurut Umar (2014:60) menyatakan bahwa suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Alpha Croanbach* lebih besar atau sama dengan 0,7. Rumus koefisien *Alpha Croanbach* adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_b^2}{S_t^2} \right]$$

Keterangan :

- r_{11} = Reliabilitas instrumen
- k = banyak butir pertanyaan
- S_t^2 = Deviasi standar total
- $\sum S_b^2$ = Jumlah deviasi standar butir

Sedangkan rumus variansinya adalah :

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

(Umar, 2014:127)

Keterangan :

- n = Jumlah sampel
- σ = Nilai varians
- X = Nilai skor yang dipilih

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_{hitung}) $> r_{tabel}$ dengan signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_{hitung}) $\leq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas (df) $n-2$ ($30-2=28$), maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Hasil pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 for windows. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.6 berikut:

TABEL 3. 5
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	<i>Service Encounter</i>	0,783	0,349	Reliabel
2	<i>Switching Behavior</i>	0,714	0,349	Reliabel

Sumber: Lampiran 4

3.3 Rancangan Analisis Data

Rancangan analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data dalam rangka pengujian hipotesis. Tujuan dari pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan :

1. Menyusun data.

Kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi data

Penelitian ini menggunakan tabulasi data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Pemberian skor pada setiap item
- b. Menjumlah skor pada setiap item
- c. Menyusun *rangking* skor pada setiap variabel penelitian

Dalam penelitian ini akan diteliti pengaruh *service encounter* (X) terhadap *switching behavior* (Y), dengan skala pengukuran menggunakan skala *semantic differential* atau skala perbedaan semantik yaitu skala yang berusaha mengukur arti suatu objek atau konsep bagi responden. Skala ini mengandung unsur evaluasi (misalnya : bagus bauruk, jujur, tidak jujur), unsur potensi (aktif pasif, cepat lambat). Dalam penelitian ini, pernyataan dari kuesioner terdiri dari 7 kategori sebagai berikut:

TABEL 3.6
SKOR ALTERNATIF JAWABAN

Alternatif Jawaban	Bangga/ Nyaman/ Tepat/ Sesuai/ Selalu/ Mampu	Rentang Jawaban							Tidak Bangga/ Tidak Nyaman/ Tidak Tepat/ Tidak Sesuai/ Tidak Selalu/ Tidak Mampu
		←—————→							
		7	6	5	4	3	2	1	
Positif		7	6	5	4	3	2	1	

Sumber: Modifikasi dari Umar, (2014:99)

1. Pengujian

Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis regresi linear sederhana.

3.3.1 Analisis Data Deskriptif

Setelah data mentah diperoleh atau hasil pengisian angket, maka data tersebut harus diolah agar mempunyai makna yang berguna bagi pemecahan masalah. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu dengan memberikan keterangan dan data mengenai *service encounter* terhadap *switching behavior* Menurut Sekaran (2014:15) “Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi”. Analisis data deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antar variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu di uji signifikasinya. Adapun langkah dalam cara pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Skor Ideal

Proses kegiatan penelitian membutuhkan instrumen atau alat yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data seperti angket. Angket berisikan berbagai pernyataan yang diajukan kepada responden atau sampel dalam suatu proses penelitian. Jumlah pernyataan yang dimuat dalam angket penelitian cukup banyak sehingga diperlukan *skoring* untuk memudahkan dalam proses penilaian dan akan membantu dalam proses analisis data yang telah ditemukan. Sebagaimana dalam *skoring* pada angket harus memenuhi ketentuan. Adapun terdapat rumus untuk mencari hasil skor ideal Sugiyono (2011:94) sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Nilai Indeks Maksimum} &= \text{Skor Interval Tertinggi} \times \text{Jumlah Item Pertanyaan} \\ &\quad \text{Setiap Dimensi} \times \text{Jumlah Responden} \\ \text{Nilai Indeks Minimum} &= \text{Skor Interval Terendah} \times \text{Jumlah Item Pertanyaan} \\ &\quad \text{Setiap Dimensi} \times \text{Jumlah Responden} \\ \text{Jarak Interval} &= [\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}] : \text{Skor Interval} \\ \text{Persentase Skor} &= [(\text{Total Skor}) : \text{Nilai Maksimum}] \times 100 \end{aligned}$$

2. Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis deskriptif tentang *service encounter* (X), yang terdiri dari *responsiveness, listening, ability to explain, understanding, personalization, psychological proximity, courtesy, confidence, security, waiting time* dan *perceived competence*
2. Analisis deskriptif tentang *switching behavior* (Y), yang terdiri dari *intend, need* dan *disappointment*.

Analisis deskriptif yang digunakan pada angket dalam penelitian ini akan dibantu oleh program SPSS 21.0 *for windows* melalui distribusi frekuensi. Sebagaimana dalam mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.8 sebagai berikut:

TABEL 3.7
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

No	KRITERIA PENAFSIRAN	KETERANGAN
1	0%	Tidak seorangpun
2	1%-25%	Sebagian kecil
3	26%-49%	Hampir setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51%-75%	Sebagian besar

No	KRITERIA PENAFSIRAN	KETERANGAN
6	76%-99%	Hampir seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Mohammad Ali (2013:184)

3.3.2 Analisis Data Verifikatif

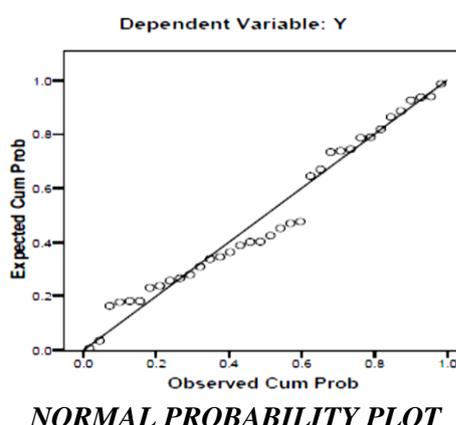
Teknik analisis data verifikatif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu untuk melihat pengaruh *service encounter* (X) terhadap *switching behavior* (Y) yaitu menggunakan analisis regresi linear sederhana, karena penelitian ini menganalisis dua variabel yaitu hipotesis 1 *service encounter* dan *switching behavior*. Berikut adalah langkah kerja analisis regresi linear sederhana menurut Nirwana SK Sitepu (1994:29)

1. Asumsi Analisis Regresi Linear Sederhana

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data populasi memiliki distribusi normal atau tidak sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Adapun tujuan dari dilakukannya uji normalitas data adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Pada penelitian ini, untuk mendeteksi apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan *Normal Probability Plot*. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak di sekitar garis diagonal pada *Normal Probability Plot* yaitu data kiri di bawah ke kanan atas. Berikut Gambar 3.1 memperlihatkan *normal probability plot*.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



b. Uji Linearitas

Menurut Sudjana (2005:331) mengatakan bahwa uji linearitas regresi digunakan untuk menguji kelinearan regresi, yaitu apakah model linear yang diambil sangat cocok

dengan keadaannya atau tidak. Apabila ternyata cocok atau linear, maka pengujian dilanjutkan dengan model regresi non linear. Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 21.0 for windows.

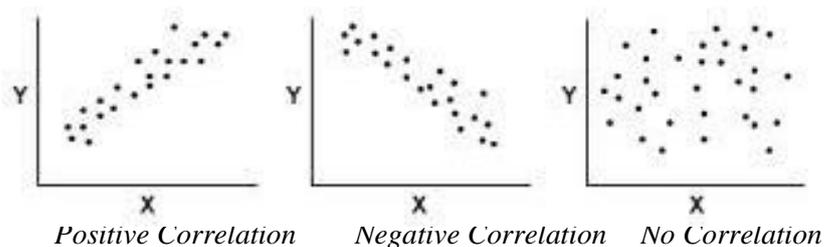
Pengujian linearitas data dapat dibuktikan melalui Ftest Husaini Usman, (2011:113). Berdasarkan tabel ANOVA, dapat diketahui besarnya F_{hitung} melalui uji ANOVA atau F_{test} , sedangkan besarnya F_{tabel} diperoleh dengan melihat tabel F melalui dk pembilang (dk tuna cocok, $k - 2$) dan dk penyebut (dk kesalahan, $n - k$) dengan taraf kesalahan (α) = 0,05. Dengan kriteria, tolak hipotesis model regresi linear jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dengan tingkat signifikansi $< 0,05$. Sebaliknya jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 terima dan H_a ditolak. Artinya data linear untuk distribusi F yang digunakan diambil $\alpha = 0,05$, dk pembilangnya = $(k-2)$ dan dk penyebut = $(n-k)$.

Keterangan : k = jumlah kelompok untuk data yang sama

n = jumlah sampel

c. Diagram Pencar

Diagram pencar adalah gambaran yang menunjukkan kemungkinan hubungan (korelasi) antara pasangan dua macam variabel. Menurut Siagian & Sugiarto (2006:225) mengatakan bahwa diagram pencar untuk memberikan gambaran hubungan dua variabel, sebelum mengetahui apakah berhubungan linear atau tidak sebaiknya dilakukan *plotting* (tebaran titik) terhadap pasangan nilai-nilai X dan Y. Diagram pencar menunjukkan gambar secara kasar bahwa pola hubungan variabel terikat atas variabel bebas adalah pola hubungan yang linear maka, dapat dijadikan alasan bahwa model hubungan ini adalah model regresi linear sederhana yaitu, $y = a + bX$



GAMBAR 3.2
MODEL DIAGRAM PENCAR

Gambar 3.2 menunjukkan model dari diagram pancar, jika titik-titik penyebaran berada pada arah kiri bawah ke kanan atas maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah positif, jika titik-titik penyebaran ada pada kiri atas ke kanan bawah maka hubungan variabel bebas dan variabel terikat adalah negatif, dan jika titik-titik

penyebaran berada pada posisi sembarangan maka tidak ada hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Teknis analisis data yang digunakan untuk mengetahui hubungan kausal dalam penelitian ini adalah teknis analisis regresi linier sederhana, karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service encounter* terhadap *switching behavior*, Definisi regresi sederhana menurut Usman (2008:216) adalah “Hubungan fungsional antara dua variabel atau lebih untuk mendapatkan pengaruh antara variabel prediktor terhadap variabel kriteriumnya atau meramalkan pengaruh variabel prediktor terhadap variabel kriterium”. Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional suatu kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk menentukan seberapa kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Formula untuk menghitung analisis regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

(Sugiyono, 2014:270)

Keterangan:

Y : Nilai yang diprediksikan

X : Nilai variabel independen

a : Nilai konstanta atau bilangan harga $X = 0$ (harga konstan)

b : Koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan

Persamaan regresi dapat ditemukan dengan terlebih dahulu harus menghitung harga a dan harga b. Cara menghitung harga a dan b dapat dihitung dengan rumus:

$$a = \frac{n(\sum Y) (\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

(Sugiyono, 2014:272)

Keterangan:

Y = Variabel dependen

X = Variabel independen

a = Bilangan konstan

b = Koefisien arah garis regresi

n = Lamanya periode

X dianggap mempengaruhi Y, jika nilai X berubah maka nilai Y juga mengalami perubahan. Namun perubahan yang terjadi pada nilai Y tidak semata-mata disebabkan oleh X karena X hanya salah satu faktor yang menyebabkan perubahan pada nilai Y dan masih ada faktor lain yang menyebabkannya.

3.3.3 Koefisien Determinan

Koefisien determinan adalah kuadrat koefisien korelasi. Koefisien determinan digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinan dapat diketahui dengan rumus yang dikemukakan Riduwan (2013:136), yaitu:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD : koefisien determinasi

r : koefisien korelasi

100% : konstanta

Selanjutnya untuk menafsirkan sejauh mana pengaruh variabel dependen terhadap independen digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu dalam tabel. Nilai koefisien penentu berada diantara 0-100%. Jika nilai koefisien semakin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin mendekati 0% berarti semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan pada Tabel 3.9 berikut:

TABEL 3.8
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI PENGARUH
(GUILFORD)

Interval Koefisien	Klasifikasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah

0,40 – 0,599	Sedang	Sumber: Sugiyono (2014:250)
0,60 – 0,799	Kuat	
0,80 – 1,000	Sangat kuat	

3.4 Pengujian Hipotesis

3.4.1 Hipotesis Deskriptif

Berdasarkan analisis secara deskriptif dalam penelitian ini dapat diambil keputusan hipotesis deskriptif. Hipotesis deskriptif (Sugiyono, 2013:7) merupakan dugaan terhadap nilai suatu variabel dalam satu sampel walaupun di dalamnya bisa terdapat beberapa kategori. Sebagaimana analisis deskriptif yang digunakan dalam mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 10%.

TABEL 3.9
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% - 99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch Ali (2013:184)

Adapun untuk mengetahui interpretasi hipotesis deskriptif dapat dilihat pada Tabel 3.11 dengan memodifikasi pedoman interpretasi hipotesis deskriptif berdasarkan menurut Moch Ali (2013:184) pada penafsiran hasil perhitungan yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL 3.10
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI

<i>Service Encounter</i>		<i>Switching Behavior</i>	
Interval	Kategori	Interval	Kategori
624 – 1156,85	Sangat Tidak Efektif	816 – 1515,42	Sangat Rendah
1156,86 – 1691,7	Tidak Efektif	1515,43 – 2214,84	Rendah
1691,8 – 2226,55	Cukup Tidak Efektif	2214,85 – 2914,26	Cukup rendah
2226,56 – 2761,4	Sedang	2914,27 – 3613,68	Sedang
2761,5 – 3296,25	Cukup Efektif	3613,68 – 4313,1	Cukup Tinggi
3296,26 – 3831,1	Efektif	4313,2 – 5012,52	Tinggi

<i>Service Encounter</i>		<i>Switching Behavior</i>	
Interval	Kategori	Interval	Kategori
3831,2 – 4368	Sangat Efektif	5012,52 – 5712	Sangat Tinggi

Sumber : Modifikasi dari Moch Ali (2013:184)

3.4.2 Hipotesis Verifikatif

Pengujian hipotesis dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan uji F. Dimana uji F digunakan untuk mengetahui apakah regresi dapat digunakan untuk mengambil kesimpulan, sebagaimana dapat menggunakan uji keberartian regresi dengan prosedur sebagai berikut:

1. H_0 : Regresi tidak berarti
 H_a : Regresi berarti
2. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikan 0,05 dengan derajat bebas (n-k), dimana n: jumlah pengamatan dan k: jumlah variabel bebas.
3. Dengan F_{hitung} sebesar:

$$F = \frac{JK(Reg)/k}{JK(S)/(n-k-1)} \quad (\text{Sumber: Sudjana, 2005:91})$$

Keterangan:

F = Nilai F

JK(Reg) = Jumlah kuadrat regresi

JK(S) = Jumlah kuadrat sisa

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah pengamatan

4. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1:

- a. H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, artinya bahwa tidak terdapat pengaruh *service encounter* terhadap *switching behavior*
- b. H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh *service encounter* terhadap *switching behavior*.