

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Grab. Grab adalah perusahaan teknologi berasal dari Singapura berskala multinasional yang menyediakan jasa transportasi online melalui aplikasi *mobile*. Grab ditemukan di tahun 2012 oleh Anthony Tan dan Tan Hooi Ling. Awalnya, Grab diluncurkan sebagai layanan *ride-hailing* atau pemesanan transportasi berbasis aplikasi untuk kendaraan roda dua di Malaysia. Namun seiring dengan berjalannya waktu, Grab berkembang menjadi perusahaan teknologi yang menyediakan berbagai layanan seperti *ride-hailing*, *food delivery*, pembayaran digital, logistik, dan masih banyak lagi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi *User Loyalty* terhadap GrabFood di 48 Street Café dan penelitian ini dilakukan pada pengguna GrabFood yang ada di kota Tasikmalaya. Pemilihan objek ini berkaitan dengan Grab merupakan perusahaan asal Asia Tenggara, yang menjadi salah satu pionir di industri jasa transportasi online setelah Uber, dan menurut laporan resmi yang dikeluarkan oleh Grab pada September 2021, Grab memiliki lebih dari 100 juta pengguna aktif bulanan di seluruh Asia Tenggara. Meskipun Grab tidak secara spesifik mencantumkan jumlah pengguna di Indonesia, Grab menyebutkan bahwa Indonesia adalah pasar terbesar bagi perusahaan tersebut, dengan jaringan pengemudi terbesar dan kehadiran di 224 kota di seluruh Indonesia.

3.2. Metode Penelitian

Berdasarkan variabel yang diselidiki, yaitu "Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *User Loyalty* Dimediasi *User Experience*," metode penelitian yang diterapkan untuk menjawab masalah ini adalah metode penelitian eksploratif. Sugiyono (2017), mendefinisikan penelitian survei sebagai: "Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar dan kecil, tetapi data yang dianalisis

berasal dari sampel yang diambil dari populasi untuk mengidentifikasi peristiwa, distribusi, dan hubungan yang berkaitan."

Dalam penelitian eksploratif, fokusnya adalah untuk mendapatkan pemahaman lebih dalam tentang fenomena yang sedang diteliti. Dalam hal ini, Anda berupaya untuk menggali dan memahami hubungan antara variabel *E-Service Quality*, *User Experience*, dan *User Loyalty* dalam konteks yang lebih mendalam. Metode ini sering digunakan untuk memahami fenomena yang belum banyak diketahui atau dikaji secara detail, dan dapat memberikan wawasan yang berharga untuk pengembangan penelitian lebih lanjut.

Penelitian eksplorasi dilakukan untuk membuat generalisasi dari pengamatan dan hasilnya akan lebih akurat. Metode survei digunakan untuk memperoleh data dari lokasi alam (non-buatan) tertentu, tetapi peneliti menerapkan perlakuan terhadap pengumpulan data, seperti dengan memberikan kuesioner. Penelitian ini akan menguji apakah ada pengaruh *e-service quality* terhadap *user loyalty* dimediasi *user experience*.

3.2.1. Jenis Penelitian dan Metode Yang digunakan

Berdasarkan variabel penelitian yang ada, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif juga dikenal sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena memenuhi kriteria ilmiah yang bersifat konkret, empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis, sesuai dengan pandangan Sugiyono (2017). Dalam pendekatan kuantitatif, penelitian berfokus pada pengumpulan data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik untuk mengidentifikasi hubungan atau pola tertentu dalam variabel yang diteliti.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, peneliti mengukur keadaan suatu variabel dengan menggunakan instrumen survei. Setelah itu peneliti melakukan analisis untuk mengetahui hubungan variabel tersebut dengan variabel lainnya.

Operasionalisasi variabel dilakukan untuk membatasi agar pembahasan masing-masing variabel tidak terlalu meluas. Variabel penelitian ini meliputi *E-Service Quality* (X) terhadap *User Loyalty* (Y) dimediasi *User Experience* (Z). Variabel-variabel tersebut secara operasional dirumuskan sebagai berikut.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>E-Service Quality</i> (X)	<i>Reliability</i>	Informasi pengiriman	Likert
		Informasi pemesanan	Likert
	<i>Responsiveness</i>	Cepat tanggap	Likert
		<i>Up to date</i>	Likert
		Mendengarkan keluhan	Likert
	<i>Competence</i>	Pelayanan yang sopan	Likert
		Memiliki reputasi yang baik	Likert
	<i>Ease of use</i>	Mudah diakses	Likert
		Jarang mengalami masalah	Likert
	<i>Product portfolio</i>	Memiliki tampilan menarik	Likert
		Memberikan driver terdekat	Likert
		Memberikan voucher dan promo	Likert
<i>Security</i>	Merasa aman dan terjamin	Likert	
<i>User Experience</i> (Z)	<i>Attractiveness</i>	Menggambarkan kesan keseluruhan produk	Likert
	<i>Perspiciuity</i>	Menggambarkan kualitas jelas dan mudah dipahami suatu produk oleh pengguna	Likert
	<i>Efficiency</i>	Mengenai interaksi produk dengan pengguna efisien dan cepat.	Likert
	<i>Dependability</i>	Menggambarkan kualitas produk untuk dapat dipercaya dan sangat mungkin untuk melakukan apa yang pengguna harapkan.	Likert

User Loyalty (Y)	<i>Stimulation</i>	Menggambarkan produk dapat menyebabkan pengguna menjadi lebih aktif atau antusias.	Likert
	<i>Novelty</i>	Menggambarkan kualitas menjadi baru atau tidak biasa.	Likert
	<i>Say positive things about company</i>	Merupakan kesan yang diberikan kepada orang lain.	Likert lain.
	<i>Recommending the company to someone who seeks advice</i>	Merekomendasikan barang atau jasa	Likert
	<i>Continue purchasing (doing more business with the company)</i>	Melakukan penggunaan ulang.	Likert

3.2.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui metode pengumpulan data seperti observasi, wawancara, kuesioner, dan penelitian. Data primer ini belum pernah dipublikasikan sebelumnya dan merupakan sumber data yang orisinal. Data primer sangat penting dalam penelitian karena memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang spesifik dan relevan terkait masalah penelitian yang sedang diinvestigasi. Data primer juga memungkinkan peneliti untuk memeriksa data secara langsung dan mengambil keputusan yang lebih tepat dalam proses analisis data (Sugiyono, 2017).

Data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap responden melalui kuesioner. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah *User* GrabFood yang pernah melakukan pemesanan di 48 Street Café Tasikmalaya. Pertanyaan

kuesioner dirancang untuk mengidentifikasi apakah *E-Service Quality* mempengaruhi *User Loyalty* dimediasi *User Experience*.

3.2.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1. Populasi

Populasi dalam konteks penelitian adalah area generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki karakteristik khusus yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diinvestigasi dan dianalisis untuk kesimpulan (Sugiyono, 2017). Dalam definisi alternatif, Ferdinand (2014), menjelaskan populasi sebagai kumpulan seluruh elemen yang memiliki kesamaan dalam bentuk peristiwa, hal, atau individu yang menjadi fokus penelitian, menjadikannya sebagai keseluruhan dari penelitian tersebut. Karakteristik yang digunakan sebagai acuan dapat berupa usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, lokasi geografis, dan lain sebagainya. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang pernah menggunakan layanan GrabFood melalui aplikasi Grab di 48 Street Café Tasikmalaya.

3.2.4.2. Sampel

Apabila populasi penelitian mencakup seluruh pelanggan 48 Street Café dan memiliki jumlah yang tak terbatas, maka pendekatan yang digunakan untuk menentukan sampel dapat mengacu pada rekomendasi Malhotra seperti yang dijelaskan dalam Asnawi & Masyhuri (2011), Pendekatan tersebut mengindikasikan bahwa jumlah sampel atau responden sebaiknya minimal empat atau lima kali jumlah subvariabel yang diteliti dalam populasi yang tak terbatas. Dalam kasus ini, jumlah subvariabel atau indikator penelitian adalah 23. Jika jumlah ini dikalikan lima, maka didapat $23 \times 5 = 115$. Dengan demikian, jumlah sampel minimum yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 115 responden.

3.2.4.3. Teknik Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang dipilih adalah teknik penarikan sampel non probabilitas. Keputusan ini diambil karena peneliti tidak memiliki akses ke kerangka sampel yang memadai. Dalam penggunaan teknik penarikan sampel non probabilitas ini, metode yang diterapkan adalah *purposive sampling*, yang juga dikenal sebagai *judgmental sampling*.

Purposive sampling adalah metode pengambilan sampel di mana peneliti memilih sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Peneliti menggunakan metode ini untuk memilih sampel yang dianggap memiliki karakteristik yang paling relevan dengan penelitian. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memusatkan perhatian pada sampel yang memiliki informasi yang penting dan relevan dengan topik penelitian.

Penggunaan metode *purposive sampling* memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian, meskipun tanpa menerapkan prosedur acak seperti pada teknik probabilitas. Dengan demikian, walaupun hasilnya mungkin tidak dapat diterapkan secara umum pada populasi keseluruhan, metode ini masih memberikan kontribusi yang berharga dalam konteks penelitian ini (Sugiyono, 2010).

3.2.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dari penelitian ini adalah dengan metode kuesioner tertutup melalui link yang berisikan Google Form. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang berupa daftar pertanyaan tertulis yang disiapkan untuk mendapatkan jawaban dari responden dalam penelitian kuantitatif. Penelitian menggunakan kesimpulan persentase kuesioner dengan membandingkan persentase skor total responden dengan skor total ideal. Skala Likert yang dipakai di penelitian ini merupakan Skala Likert dengan skor 5 poin untuk memberi bobot jawaban kuesioner seperti pada pada tabel berikut.

Tabel 3. 2 Skala Likert

Angka	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data mengenai variabel-variabel penelitian yang ditetapkan sebelumnya, (Sugiyono, 2017) teknik ini dipilih untuk memudahkan peneliti berkaitan dengan estimasi jumlah sampel yang cukup banyak,

dan sulitnya menemukan populasi secara. (Sugiyono, 2017) juga mengatakan bahwa terdapat prinsip dalam penulisan kuesioner, diantaranya:

1. Isi dan tujuan pertanyaan, isi dan tujuan dari pertanyaan itu apakah pertanyaan berbentuk pengukuran atau tidak yang mengukur variabel yang diteliti
2. Bahasa yang digunakan, bahasa penulisan pada kuesioner harus disesuaikan dengan kemampuan berbahasa responden
3. Tipe dan bentuk pertanyaan, tipe pertanyaan dapat berupa terbuka dan tertutup, kemudian bentuk pertanyaan adalah kalimat yang menyatakan positif dan negatif.
4. Pertanyaan tidak mendua, setiap pertanyaan dalam kuesioner tidak mendua untuk memudahkan responden memberikan jawaban.
5. Tidak menanyakan yang sudah lupa, tidak memberikan pertanyaan yang kemungkinannya responden sudah tidak ingat dan membuat responden berpikir berat.
6. Pertanyaan tidak menggiring, pertanyaan tidak menggiring responden untuk menjawab ke jawaban yang baik atau tidak saja.
7. Panjang pertanyaan, pertanyaan tidak terlalu panjang sehingga responden kesulitan memahami dan membaca pertanyaan.
8. Urutan pertanyaan, pertanyaan berurutan dari pertanyaan yang umum mengarah ke pertanyaan spesifik.
9. Prinsip pengukuran, pertanyaan diberikan sebagai metode pengukuran variabel penelitian.

Penelitian ini tidak menggunakan seluruh prinsip penulisan angket Sugiyono, 2020 dikarenakan penulisan angket tidak berbentuk fisik, melainkan melalui kuesioner Google Form yang merupakan alat media digital. Faktor lainnya yang dapat memenuhi prinsip “penulisan fisik” adalah tampilan digital yang dapat memberikan dampak yang sama, yaitu mempengaruhi respon atau keseriusan responden dalam mengisi angket.

3.2.6. Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk memberikan gambaran mengenai kondisi variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian. Dalam rangka

menjawab rumusan masalah yang diajukan, penelitian ini melakukan serangkaian langkah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data melalui Kuesioner: Peneliti mengumpulkan data dengan mendistribusikan kuesioner kepada sampel yang telah ditentukan sebelumnya. Kuesioner ini dirancang untuk mengukur variabel-variabel yang relevan dalam penelitian.
2. Penetapan Alat Pengumpulan Data: Peneliti menentukan alat yang akan digunakan untuk mendapatkan data dari elemen-elemen yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, alat yang digunakan adalah daftar pernyataan atau kuesioner. Skala Likert digunakan dalam kuesioner ini untuk mengukur nilai dari setiap pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian. Skala ini memungkinkan responden untuk memberikan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap pernyataan tersebut.

Dengan menerapkan analisis deskriptif dan menggunakan kuesioner dengan skala Likert, penelitian ini dapat merinci dan menggambarkan pandangan serta persepsi responden terkait variabel-variabel yang diteliti. Data yang dihasilkan dari pengumpulan kuesioner kemudian dapat diolah dan dijelaskan secara terperinci melalui analisis deskriptif, sehingga memberikan gambaran yang lebih jelas tentang kondisi variabel-variabel yang menjadi fokus penelitian.

3.2.7. Metode Analisis Data

3.2.7.1. Pengertian SEM (PLS)

Pengertian "SEM" dapat merujuk pada beberapa hal, tetapi dalam konteks yang umum, "SEM" sering kali mengacu pada "*Structural Equation Modeling*" atau "Model Persamaan Struktural." Ini adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel-variabel dalam suatu model konseptual. SEM memungkinkan para peneliti untuk menguji model yang mencakup hubungan langsung dan tidak langsung antara variabel-variabel yang terlibat (Solihin & Ratmono, 2013).

Dalam SEM, model persamaan struktural dinyatakan dalam bentuk diagram yang menunjukkan hubungan antara variabel-variabel dengan panah yang menunjukkan arah hubungan. Model ini terdiri dari dua komponen utama:

1. Model Pengukuran (*Outer Model*): Ini melibatkan hubungan antara variabel-variabel laten (variabel yang tidak diamati langsung) dan indikatornya (variabel yang diukur).
2. Model Struktural (*Inner Model*): Ini melibatkan hubungan antara variabel laten. Model ini mencerminkan hipotesis tentang bagaimana variabel-variabel berinteraksi satu sama lain. Hubungan ini dapat berupa hubungan langsung atau tidak langsung melalui variabel laten lainnya.

SEM digunakan untuk menguji sejauh mana data empiris cocok dengan model konseptual yang diajukan. Pengujian ini melibatkan analisis statistik yang kompleks, seperti penggunaan perangkat lunak statistik khusus untuk menghitung nilai-nilai seperti indeks kesesuaian model (*fit indices*). Jika model cocok dengan data, ini menunjukkan bahwa hubungan-hubungan dalam model konseptual secara statistik didukung oleh data empiris. Namun, jika model tidak cocok, para peneliti dapat mempertimbangkan untuk merevisi model konseptual mereka berdasarkan temuan tersebut.

3.2.7.2. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Berdasarkan pernyataan Chin (1998) dalam Ghozali & Latan (2015), dalam analisis SEM, tahap "*Outer Model*" atau pengukuran bagian luar melibatkan uji validitas dan reliabilitas dari alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Pada tahap ini, terdapat beberapa kriteria yang digunakan untuk memastikan bahwa alat ukur tersebut memiliki kualitas yang baik. Pertama, terdapat uji validitas konvergen yang melibatkan beberapa aspek penting. Pertama, "*Loading Factor*" mengukur sejauh mana setiap pertanyaan atau indikator berkaitan dengan konsep yang diukur. Selanjutnya, "*Average Variance Extracted (AVE)*" mengukur seberapa besar variasi dalam indikator yang dapat dijelaskan oleh konstruk yang diukur. Dan yang terakhir,

"*Communality*" mengindikasikan sejauh mana variasi dalam indikator dapat dijelaskan oleh konstruk tersebut.

Kemudian, ada validitas diskriminan yang memastikan bahwa setiap indikator benar-benar mengukur konsep yang berbeda dan tidak saling bercampur aduk. Beberapa aspek yang digunakan untuk mengukur validitas diskriminan meliputi "*Cross Loading*," yang mengukur seberapa kuat indikator dari konsep tertentu berkorelasi dengan konsep lain; Akar Kuadrat AVE dan Korelasi antar Konstruk Laten, yang mengevaluasi apakah varians dalam konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk; dan "*Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT)," yang membandingkan korelasi antara konstruk yang berbeda dengan korelasi dalam satu konstruk.

Selanjutnya, reliabilitas internal diukur untuk menilai seberapa konsisten indikator-indikator dalam mengukur konstruk yang sama. Dalam konteks ini, digunakan "*Composite Reliability*" untuk mengukur seberapa baik indikator-indikator bekerja bersama untuk mengukur konstruk, serta "*Cronbach's Alpha*" yang mengukur konsistensi antara indikator-indikator dalam satu konstruk.

Terakhir, reliabilitas indikator diperiksa untuk memastikan bahwa setiap indikator itu sendiri dapat diandalkan dalam mengukur variabel yang sebenarnya. Dalam hal ini, perhatian diberikan pada seberapa kuat hubungan antara indikator dan konstruk yang diukur. Keseluruhan tahap "*Outer Model*" ini penting untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam analisis memiliki validitas dan reliabilitas yang baik, sehingga hasil analisis yang dihasilkan lebih akurat dan dapat diandalkan dalam mendukung temuan penelitian.

Tabel 3. 3 Ringkasan Rule Of Thumb Model Pengukuran (Outer Model)

Validitas dan Reliabilitas	Parameter	<i>Rule of Thumb</i>
Validitas <i>Convergent</i>	<i>Loading Factor</i>	- >0.70 untuk <i>confirmatory research</i>
	<i>Average Variance Ectracted (AVE)</i>	- >0.60 untuk <i>exploratory research</i>
	<i>Communality</i>	- >0.50 untuk <i>confirmatory</i>

		maupun <i>exploratory research</i>
Validitas <i>Discriminant</i>	<i>Cross Loading</i>	- >0.50 untuk <i>confirmatory</i> maupun <i>exploratory research</i>
	Akar Kuadrat <i>AVE</i> dan Korelasi antar Konstruk Laten	- Akar Kuadrat <i>AVE</i> > Korelasi antarKonstruk Laten
	Heterotrait- Monotrait (HTMT)	- < 0,9 untuk memastikan validitas diskriminan antara dua konstruk reflektif.
Realibilitas <i>Internal</i> <i>Consistency</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	- >0.70 untuk <i>confirmatory</i> <i>research</i> - >0.60 masih dapat diterima untuk <i>exploratory research</i>
	<i>Composite</i> <i>Reliability</i>	- >0.70 untuk <i>confirmatory</i> - >0.60 masih dapat diterima untuk <i>exploratory research</i>
Reliabilitas Indikator	<i>Outer Loading</i>	- >0.70 untuk <i>confirmatory</i> maupun <i>exploratory research</i>

3.2.7.3. Model Struktural (*Inner Model*)

Dalam analisis SEM, langkah evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) memiliki tujuan utama untuk memahami dan meramalkan hubungan antara berbagai variabel yang ada dalam penelitian. Dalam konteks ini, Model Struktural dievaluasi dengan menggunakan berbagai ukuran presentase yang memberikan wawasan penting tentang sejauh mana model tersebut sesuai dengan data yang dianalisis.

Beberapa ukuran evaluasi yang digunakan untuk mengukur performa Model Struktural meliputi *R-Square*, yang memberikan gambaran tentang sejauh mana variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model.

Selain itu, ada juga *Effect Size F* yang mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, memberikan informasi tentang kekuatan hubungan antar variabel. *Q² Square* memberikan gambaran tentang kemampuan model dalam meramalkan variabel dependen, sedangkan *Variance Inflation Factor (VIF)* mengindikasikan kemungkinan adanya masalah multi-kolinearitas antara variabel independen (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 3. 4 Ringkasan Rule Of Thumb Evaluasi Model Struktural

Kriteria	Rule Of Thumb
R-Square	<ul style="list-style-type: none"> - Nilai R 0,75 adalah model kuat. - Nilai R 0,67 adalah model substansial. - Nilai R 0,33 adalah model moderat. - Nilai R 0,19 adalah model lemah.
Effect Size F	<ul style="list-style-type: none"> - 0.02 pengaruh lemah variabel laten predikor pada tatanan struktural. - 0.15 pengaruh cukup variabel laten predikor pada tatanan struktural - 0.35 pengaruh kuat variabel laten predikor pada tatanan struktural.
Q ² square	<ul style="list-style-type: none"> - $Q^2 > 0$ menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif - $Q^2 < 0$ maju, ini menunjukkan bahwa model kurang prediktif
Variance Inflation Factor (VIF)	nilai VIF harus kurang dari 5, jika lebih mengindikasikan adanya kolinearitas konstruk.
Path Coefficients atau koefisiensi jalur	- t-value $> 1,65$ (significance level 10%)

	<ul style="list-style-type: none">- t-valueI > 1,97 (significance level 5%).- t-valueI > 2,60 (significance level 1%)
--	--