

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Kasiram (2008) metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang prosesnya menggunakan angka-angka sebagai alat untuk menganalisis dan kajian penelitian.

B. Objek Penelitian

Dalam sebuah penelitian, objek penelitian merupakan suatu hal yang penting. Sugiyono (2017) mendefinisikan objek penelitian merupakan sasaran ilmiah guna memperoleh data yang tujuan dan kegunaannya adalah tentang sesuatu hal objektif, *valid* (sah), dan *reliable* (dapat diandalkan), tentang variabel tertentu.

Pada penelitian ini yang menjadi objeknya adalah motivasi manfaat/utilitarian dari konsumen yang menggunakan layanan jasa pengiriman barang XTrans Kurir Bandung. Oleh karena itu, konsumen akan menjadi subjek dari penelitian mengenai motivasi konsumen yang menggunakan layanannya.

Penelitian ini akan berlokasi pada XTrans Kurir Bandung, XTrans Kurir merupakan suatu produk dari perusahaan yang bergerak pada bidang transportasi yaitu XTrans *Shuttle* Bandung. PT. Batara Titan Kencana (XTrans) merupakan salah satu perusahaan transportasi yang ada sejak 5

Mei tahun 2005, dengan slogan yang dimiliki “Pelopor *On-Time Shuttle*”. XTrans Kurir melayani jasa pengiriman barang dan dokumen. XTrans Kurir memiliki layanan-layanan seperti Gold Ambil, Gold Antar, dan Silver. Layanan tersebut dibagi berdasarkan harga, estimasi waktu pengiriman, berat barang, dan apakah barang tersebut diantar langsung ke alamat atau konsumen mengambilnya di *outlet* yang telah ditentukan, tergantung bagaimana kebutuhan konsumen masing-masing.

C. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2017) merupakan wilayah generalisasi yang didalamnya terdiri dari objek dan subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti guna dipelajari lalu diambil kesimpulannya. Berdasarkan pengertian tersebut, dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang menggunakan layanan jasa pengiriman barang di XTrans Kurir Bandung. Kuesioner disebarkan pada bulan Juni 2020, sedangkan data jumlah pengiriman barang di XTrans kurir pada bulan Juni 2020 adalah tidak diketahui.

2. *Sampling*

Sugiyono (2011) menjelaskan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti, dalam pengambilan sampel, sampel yang diambil harus representatif atau mewakili seluruh populasi.

Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah konsumen yang menggunakan layanan XTrans Kurir dalam kurun waktu penyebaran kuesioner pada bulan Juni 2020. Jumlah sampel pada penelitian ini tidak diketahui. Berdasarkan hal tersebut, mengacu kepada Kotrlík & Higgins (2001) jumlah populasi minimal dengan koefisien alpha 0,05 adalah 119, sehingga dapat diasumsikan bahwa jumlah sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini minimal 119 orang. Hal ini juga sejalan dengan Crocker & Algina (2008) yang menyebutkan bahwa jumlah sampel sebanyak 100 atau lebih dapat merepresentasikan suatu populasi tersebut.

a. *Teknik Sampling*

Pengambilan sampel atau teknik *sampling* menggunakan metode *purposive sampling* atau biasa disebut dengan *convenience sampling*. Metode ini merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kemudahan akses Kothari (2004).

Peneliti memilih metode ini dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui dan mengingat penelitian dilakukan ditengah pandemi Covid 19 yang sangat membatasi ruang gerak baik

sebagai individu maupun industri, terutama industri transportasi dan logistik.

Responden yang akan mengisi kuesioner adalah konsumen yang telah menggunakan layanan jasa XTrans Kurir, kuesioner disebarakan melalui *google form* kepada konsumen XTrans Kurir di delapan cabang/*outlet* di Bandung.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti mulai mengumpulkan data apabila telah menetapkan rencana penelitian dan menemukan permasalahan. Jenis data menjadi faktor terpenting dalam dalam perencanaan penelitian untuk menjadi faktor penentu metode apa yang harus digunakan dalam pengumpulan data menurut Kothari (2004).

Adapun menurut Almanshur & Ghony (2012) macam teknik pengumpulan bila di kualifikasikan dari cara memperoleh data terdiri dari observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner dan studi dokumentasi.

a. Penyebaran Kuesioner

Metode penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara memberikan angket kepada responden atau pihak yang berkaitan. Bisa dengan meminta mereka untuk menjawab pertanyaan yang diberikan dan hasilnya akan diserahkan kembali kepada peneliti

Kothari (2004). Penyebaran kuesioner ini merupakan metode yang paling familiar terutama dalam penelitian kuantitatif. Pada penelitian kali ini, seperti yang telah dijelaskan pada sub judul sebelumnya, bahwa dengan menggunakan *Convenience Sampling*, peneliti akan membagikan kuesioner berdasarkan ketersediaan elemen juga kemudahan untuk mendapatkannya, kuesioner dibagikan kepada responden yang pernah menggunakan jasa XTrans Kurir yang dianggap paling mudah dijangkau mengingat penelitian dilakukan ditengah – tengah pandemi global dan pembatasan sosial berskala besar. Penyebaran kuesioner dilakukan dimulai dari 03-17 Juni 2020.

b. Studi Dokumentasi

Sugiyono (2011), mendefinisikan studi dokumentasi sebagai catatan atau dokumen yang bentuknya bisa berupa data, gambar, tulisan, atau karya. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan studi dokumentasi untuk dipelajari dokumennya guna kebutuhan pengumpulan data.

2. Alat Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, instrumen pengumpulan yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah:

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan cara mengumpulkan data dengan memberikan sejumlah pertanyaan kepada responden untuk

kemudian dijawab dan diberikan kembali kepada peneliti (Umar dalam Priyono, 2011). Menurut Kothari (2004), kuesioner terdiri dari beberapa pertanyaan yang dicetak atau diketik dalam urutan tertentu pada formulir atau kumpulan formulir.

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dan diolah menggunakan statistik. Untuk melihat motivasi manfaat pada para pengguna XTrans Kurir. Untuk mengukur teknik pemberian skor, kuesioner ini akan menggunakan skala Likert berdasarkan pada Sugiyono (2008).

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Setelah kuesioner selesai disusun, tentu langkah selanjutnya adalah pengujian validitas dan reliabilitas untuk memastikan respon yang didapat bisa menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan dan peneliti dapat menemukan keserasian antara data yang didapat dengan data yang terjadi di objek penelitian.

Sugiyono (2011) mendefinisikan validitas sebagai derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan peneliti.

Penelitian ini menggunakan rumus teknis produk momen Pearson yang mana rumus Pearson sendiri akan memberikan penentuan dengan pengukuran korelasi antara skor yang didapat dari setiap pertanyaan kuesioner dengan total skornya. Total

skor sendiri didapat dari tiap nilai semua item skor. Diukur dari ukuran statistik, apabila skor keseluruhan item tersusun dengan sesuai dari sub variabel konsep yang saling berkorelasi dengan total skornya, jadilah alat ukur tersebut dikatakan valid.

$$r_{xy} = \frac{n\sum_{xy} - \sum_x \sum_y}{\sqrt{n\sum_x^2 - (\sum_x)^2} \sqrt{n\sum_y^2 - (\sum_y)^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi produk moment

n = Banyaknya responden

X = Skor yang didapatkan dalam subjek tiap butir

Y = total skor yang didapat subjek keseluruhan butir

\sum_x = Jumlah skor dari tiap distribusi x yang memiliki sifat ordinal

\sum_y = Jumlah skor dari tiap distribusi y yang memiliki sifat ordinal

\sum_x^2 = Jumlah Pangkat dua dalam distribusi x

\sum_y^2 = Jumlah Pangkat dua dalam distribusi y

Berikut merupakan tabel hasil uji validitas menggunakan rumus Pearson:

TABEL 4
UJI VALIDITAS

| No | Pertanyaan | r Hitung MU | r Tabel | Keterangan |
|--|--|-------------|---------|------------|
| Kenyamanan (Convenience) | | | | |
| 1 | Saya merasa kenyamanan yang ditawarkan oleh layanan XTrans Kurir sesuai dengan biaya yang dikeluarkan | 0,472 | 0,361 | Valid |
| 2 | Saya mendapatkan kenyamanan yang sesuai dengan waktu yang saya habiskan dalam menggunakan layanan jasa XTrans Kurir. (Waktu yang dimaksud adalah estimasi waktu pengiriman barang) | 0,371 | 0,361 | Valid |
| Ketersediaan Informasi (Information Availability) | | | | |
| 3 | Saya melihat adanya informasi mengenai layanan XTrans Kurir di media cetak (Koran, majalah, <i>booklet</i>) | 0,581 | 0,361 | Valid |
| 4 | Saya melihat adanya informasi mengenai layanan XTrans Kurir di media elektronik (Media sosial, <i>website</i> , internet) | 0,570 | 0,361 | Valid |
| 5 | Saya melihat adanya informasi mengenai layanan XTrans Kurir di media luar ruang (Baliho, <i>billboard</i> , brosur) | 0,518 | 0,361 | Valid |
| 6 | Saya melihat adanya informasi mengenai layanan XTrans Kurir di media lini bawah (Pameran, email blast) | 0,473 | 0,361 | Valid |
| Penghematan Biaya (Cost Saving) | | | | |
| 7 | Pada saat saya menggunakan produk XTrans Kurir saya merasa lebih hemat karena tidak membutuhkan banyak usaha (efisien) | 0,694 | 0,361 | Valid |

Sumber: Hasil SPSS on Catalina (macOS 10.15), 2020

TABEL 4
UJI VALIDITAS
(LANJUTAN)

| No | Pernyataan | r Hitung MU | r Tabel | Keterangan |
|--|--|-------------|---------|------------|
| Penghematan Biaya (<i>Cost Saving</i>) | | | | |
| 8 | Pada saat saya menggunakan produk XTrans Kurir saya merasa lebih hemat karena tidak perlu mengeluarkan banyak uang | 0,635 | 0,361 | Valid |
| 9 | Pada saat saya menggunakan produk XTrans Kurir saya merasa lebih hemat karena tidak perlu menggunakan terlalu banyak sumber daya yang dimiliki. (Sumber daya yang dimaksud: personal belongings, pihak ketiga, dll) | 0,668 | 0,361 | Valid |
| 10 | Pada saat saya menggunakan produk XTrans Kurir saya merasa lebih hemat karena tidak menghabiskan waktu pribadi saya | 0,434 | 0,361 | Valid |
| 11 | Pada saat saya menggunakan produk XTrans Kurir saya merasa tidak kehilangan peluang/kesempatan untuk berhemat | 0,518 | 0,361 | Valid |
| Pemilihan Produk (<i>Product Selection</i>) | | | | |
| 12 | Saya memilih menggunakan layanan jasa XTrans Kurir karena memiliki beragam produk yang dapat dipilih sesuai kebutuhan | 0,561 | 0,361 | Valid |

Sumber: Hasil SPSS on Catalina (macOS 10.15), 2020

b. Uji Reliabilitas

Mengacu pada pernyataan Ladia (2009), reliabilitas merupakan ukuran konsistensi indikator per variabel secara internal yang dapat menunjukkan tingkatan dimana indikator mengindikasikan variabel mana yang secara umum laten (*the common laten unubsoved*).

Tingginya hasil pengukuran reliabilitas memberikan dasar bagi peneliti terkait tingkat kepastian terhadap masing-masing indikator. Hal ini dapat meyakinkan peneliti bahwa masing-masing indikator bersifat konsisten dalam pengukurannya. Peneliti akan menggunakan instrument rumus *alpha a* untuk mengukur reliabilitas pada penelitian kali ini, dikarenakan instrumen yang digunakan pada penelitian ini berupa angket atau daftar pertanyaan yang skornya merupakan rentangan antara 1-5 yang digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian maka menggunakan rumus *alpha a*.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Teknik Formula alpha Cronbach dan dengan menggunakan program SPSS. Rumus alpha Cronbach adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 + \frac{1 \sum Si^2}{S_x^2} \right)^n = e$$

Keterangan :

k = Jumlah Instrumen Pertanyaan

$\sum Si^2$ = Jumlah Varians dari tiap instrumen

S_x^2 = Varians dari keseluruhan instrumen

Jika nilai $\alpha > 0,7$ maka reliabilitas mencukupi sementara jika $\alpha > 0,8$ maka seluruh item *reliable* dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat.

Setelah pertanyaan selesai melewati uji validitas maka instrumen penelitian perlu diuji kembali agar diketahui tingkat keandalannya menggunakan uji reliabilitas melalui *software* SPSS. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas yang didapatkan

TABEL 5
UJI RELIABILITAS

| <i>Reliability Statistics</i> | | |
|-------------------------------|-------------------|-----------------|
| <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>N of items</i> | Keterangan |
| 0,929 | 16 | <i>Reliable</i> |

Sumber: Hasil SPSS on Catalina (macOS 10.15), 2020

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas di atas dapat diketahui Cronbach's Alpha menghasilkan nilai sebesar 0,929 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai minimal rumus Cronbach Alpha yaitu 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrument yang digunakan untuk penelitian ini *Realible*.

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian untuk ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih, peneliti menentukan variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen (X) yaitu Motivasi Manfaat.

Motivasi Utilitarian

Berdasarkan Overby & Lee (2006) nilai utilitarian atau fungsional belanja dibuat ketika konsumen mendapatkan produk yang diinginkan, dan nilai tersebut meningkat ketika orang mendapatkan produk dengan sedikit usaha dan iritasi. Penelitian yang sama mencirikan motivasi utilitarian berdasarkan kenyamanan, informasi ketersediaan, penghematan biaya, dan pemilihan produk.

1. Kenyamanan (*Convenience*)

Orientasi kenyamanan pada konsumen sering kali disamakan dengan orientasi biaya. Hal ini terjadi karena dalam berbelanja konsumen menghadapi dua jenis keterbatasan; keterbatasan keuangan (*money budget*) dan keterbatasan waktu (*time budget*) menurut Engel & Blackwell (1982).

2. Ketersediaan Informasi (*Information Availability*)

Menurut Kotler & Keller (2012) media promosi yang kerap digunakan sebagai media penyampaian informasi terkait produk adalah media periklanan. Dengan 3 tujuan yaitu, informasi, membujuk dan mengingatkan. Dalam matriks operasional variabel kali ini peneliti mengelompokkan sumber informasi menjadi media cetak, media elektronik, media luar ruang, dan media lini bawah berdasarkan Tjiptono (2008).

3. Penghematan Biaya (*Cost Saving*)

Mengacu pada *business dictionary*, *cost* atau biaya itu sendiri merupakan sebuah elemen yang terdiri dari usaha, materi, sumber daya, waktu, dan peluang.

4. Pemilihan Produk (*Product Selection*)

Pemilihan produk sendiri pada motivasi manfaat berarti bahwa produk tersebut memiliki banyak pilihan yang bisa ditawarkan kepada *customer*.

TABEL 6
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

| VARIABEL | SUB VARIABEL | DIMENSI | INDIKATOR | INSTRUMEN |
|----------------------|---|---------------------|---|------------------|
| Motivasi Utilitarian | Kenyamanan (<i>Convenience</i>) | <i>Money Budget</i> | Kesesuaian uang dengan kenyamanan layanan yang digunakan | Kuesioner |
| | | <i>Time Budget</i> | Kesesuaian waktu yang terpakai dengan kenyamanan layanan yang digunakan | |
| | Ketersediaan Informasi (<i>Information Availability</i>) | Media Cetak | Adanya informasi layanan di media cetak | |
| | | Media Elektronik | Adanya informasi layanan di media elektronik | |
| | | Media Luar Ruang | Adanya informasi layanan di media luar ruang | |

Sumber: Overby and Lee (2006), Engel and Blackwell (1982), Tjiptono (2008), Business Dictionary

TABEL 6
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL
(LANJUTAN)

| VARIABEL | SUB VARIABEL | DIMENSI | INDIKATOR | INSTRUMEN |
|---|---|------------------|--|-----------|
| Motivasi Manfaat/ Motivasi Utilitarian | Ketersediaan Informasi (<i>Information Availability</i>) | Media Lini Bawah | Adanya informasi layanan di media lini bawah | Kuesioner |
| | Penghematan Biaya (<i>Cost Saving</i>) | Usaha | Penghematan biaya terhadap usaha yang dibutuhkan | |
| | | Materi | Penghematan biaya terhadap materi yang digunakan | |
| | | Sumber Daya | Penghematan biaya terhadap sumber daya yang dimiliki | |
| | | Waktu | Penghematan biaya terhadap waktu yang digunakan | |
| | | Peluang | Penghematan biaya tidak menghilangkan peluang | |

Sumber: Overby and Lee (2006), Engel and Blackwell (1982), Tjiptono (2008), Business Dictionary

TABEL 6
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL
(LANJUTAN)

| VARIABEL | SUB VARIABEL | DIMENSI | INDIKATOR | INSTRUMEN |
|---|--|----------------|---------------------------------------|--|
| Motivasi Manfaat/ Motivasi Utilitarian | Pemilihan Produk (<i>Product Selection</i>) | Variasi Produk | Produk yang dimiliki sesuai kebutuhan | Pemilihan Produk (<i>Product Selection</i>) |

Sumber: Overby and Lee (2006), Engel and Blackwell (1982), Tjiptono (2008), Business Dictionary

F. Analisis Data

Analisis data dalam sebuah penelitian kuantitatif adalah kegiatan yang dilakukan setelah semua responden sudah berhasil diperoleh dan dalam melakukan analisis data, peneliti harus melakukannya dengan mengklasifikasikan data yang berdasar pada variabel dari keseluruhan responden, dan data tersebut akan disajikan untuk setiap variabel yang akan diteliti, dan melakukan perhitungan agar dapat menjawab rumusan masalah, dan juga dihitung agar dapat menguji hipotesis yang sudah ditetapkan oleh peneliti, Sugiyono (2007).

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan metode analisis statistik deskriptif. Yang mana merupakan metode analisis statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi menurut Sugiyono (2007).

Proses pengolahan data akan dibantu oleh *software* SPSS versi 21.0 dan *Microsoft Excel* dalam proses statistika tabulasi untuk kemudian disajikan dalam bentuk tabel, gambar, maupun grafik dan akan dijadikan sebagai dasar analisis secara kualitatif maupun kuantitatif.

Indikator diukur dengan menggunakan tingkat pengukuran Skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial Sugiyono (2007).

Menggunakan Skala Likert, lalu variabel yang nantinya akan dihitung dan langsung dijabarkan menjadi ukuran variabel. Lalu ukuran digunakan untuk titik tolak dalam menyusun butir instrumen yang sudah peneliti buat yang berupa pernyataan ataupun pertanyaan. Jawaban dari setiap butir instrument memiliki gradasi sangat positif sampai negatif. Dalam keperluan analisis kuantitatif, akan peneliti gunakan skor sebagai berikut.

TABEL 7
SKALA PENILAIAN

| Poin | Keterangan |
|-------------|---------------------------|
| 5 | Sangat Setuju (SS) |
| 4 | Setuju (S) |
| 3 | Ragu-ragu (R) |
| 2 | Tidak Setuju (TS) |
| 1 | Sangat Tidak Setuju (STS) |

Sumber: Skala Likert

Secara keseluruhan nilai dari tiap-tiap dimensi dapat diketahui kedudukannya dari setiap jumlah yang diperoleh untuk rekapitulasi data, dengan jumlah-jumlah itu dapat dibandingkan dengan ciri-ciri skor standar

yang diperoleh dalam tiap akumulasi skor ideal dan skor terendah. Lalu dari skor standar itu dapat diperoleh garis kontinum yang menunjukkan keidealan dalam setiap variabel Sugiyono (2008). Langkah-langkah untuk mengetahui skor pada daerah kontinum adalah sebagai berikut:

1. Menyusun rekapitulasi analisis dimensi sz`
2. Mencari Skor Ideal

$$\text{Skor ideal} = \text{skor tertinggi} \times \text{nilai setiap item} \times \text{total pelanggan}$$

3. Mencari Jarak Interval

$$\text{Skor minimal} = \text{skor paling kecil} \times \text{nilai setiap item} \times \text{total pelanggan}$$

4. Mencari Jarak Interval

$$\text{Jarak interval kelas} = (\text{skor ideal} - \text{skor minimum}) \div \text{jumlah interval}$$

5. Persentase skor

$$\text{Persentase skor} = (\text{total skor} \div \text{skor ideal}) \times 100$$

G. Jadwal Penelitian

TABEL 8
JADWAL PENELITIAN

| KEGIATAN | FEBUARI | MARET | APRIL | MEI | JUNI | JULI | AGUSTUS |
|----------------------------------|---------|-------|-------|-----|------|------|---------|
| Penyusunan Usulan penelitian | | | | | | | |
| Penyusunan Pendekatan Penelitian | | | | | | | |
| Penyusunan Instrument | | | | | | | |
| Pengambilan Data | | | | | | | |
| Pengolahan Data | | | | | | | |
| Analisis Data | | | | | | | |
| Pengumpulan Hasil Penelitian | | | | | | | |
| Presentasi Hasil Penelitian | | | | | | | |

Sumber: Peneliti, 2020