

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu penelitian dan Tempat Penelitian

Pada penelitian mengenai “Pengaruh Perubahan Logo (*Rebranding*) Terhadap Reputasi Perusahaan PT. Gojek Indonesia”. Pengambilan data dilakukan dengan membagikan kuesioner secara online dengan menggunakan *Google Forms*. Yang bertempat di wilayah Jl. Cirendeu Indah I Rt.05/Rw.03 Kel.Pisangan Kec. Ciputat Tmur. Sedangkan waktu penelitian dilaksanakan dari bulan Mei sampai Juni.

3.2 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Menurut Kriyantono (2008:82) mengatakan bahwa “Riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan.”. Sedangkan menurut Sugiyono (2017:14) “Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian, metode ini disebut metode positif karena berlandaskan pada filsafat positivisme, metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah – kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur rasional dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka – angka dan analisis menggunakan statistik”.

Kedua pendapat di atas, menunjukkan bahwa pendekatan kuantitatif ialah suatu riset yang menjelaskan suatu masalah, agar hasilnya dapat digeneralisasikan. Data yang dianalisis berbentuk angka-angka, serta dianalisis menggunakan statistika.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Metode survey yaitu bentuk pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data (Krisyanto,2007:60).

Kuesioner menurut (Sugiyono, 2017:142) menyatakan bahwa angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Kedua pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa metode survey merupakan penelitian yang menggunakan kuesioner untuk pengumpulan datanya, dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden serta berkisar pada ciri-ciri demografis masyarakat, dan mengambil sampelnya dari satu populasi. Jika dikaitkan dengan masalah pokok penelitian, penulis menggunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Metode ini digunakan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Rebranding Terhadap Reputasi Perusahaan PT Gojek Indonesia.

3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Definisi Variabel Penelitian

Definisi variabel menjadi dasar dalam pengumpulan data sehingga tidak terjadi bias terhadap data apa yang diambil. Variabel pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti.

- a. Variabel pengaruh/bebas (independent Variabel), yaitu tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain atau diduga sebagai penyebab (*preasured coused variabel*) dari variabel dependen. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Pengaruh Perubahan Logo (*Rebranding*) (X)
- b. Variabel terikat (Dependent Variabel), yaitu tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel yang diduga sebagai akibat (*preasured effect variabel*) dari variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah reputasi perusahaan (Y).

3.4.2 Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dibuat agar tidak terjadi kesalahan dalam penafsiran makna kata dalam sebuah penelitian. Dari operasional di atas,

diperlukan masing-masing variabel yang memungkinkan untuk diuji, berikut ini merupakan indikator dari masing-masing variabel ;

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variable	Dimensi	Indicator	Skala
Rebranding Muezzellec dan Lambkin,(2003:34-35)	<i>Repositioning</i>	1. Fitur GOJEK sudah lengkap dan sesuai dengan kebutuhan konsumen 2. Fitur GOJEK memiliki manfaat yang sesuai dengan Kebutuhan konsumen 3. Jasa layanan GOJEK mudah Digunakan	Likert
	<i>Redesign</i>	1. Design logo baru gojek memiliki kesan yang simple namun elegan 2. Logo baru GIJEK dapat menjadi ciri khas 3. Logo baru GOJEK lebih mudah diingat dan dikenal	Likert
	<i>Relaunch</i>	1. Perubahan logo GOJEK melalui media Iklan 2. Iklan GOJEK sering terlihat di media cetak dan media elektronik 3. Informasi mengenai perubahan logo GOJEK di media sudah jelas	Likert
Reputasi Fombrun dalam Elvinaro Ardianto (2016:48)	<i>Credibility</i>	1. GOJEK berhasil menjaga eksistensi ditengah persaingan bisnis 2. GOJEK berhasil dalam menjaga kestabilan dalam memberikan layanan terbaik	Likert

		kepada konsumennya 3. GOJEK berhasil dalam menjaga mutu layanannya	
	<i>Reliability</i>	1. GOJEK berhasil memberikan mutu layanan sesuai harapan konsumen 2. GOJEK berhasil memberikan layanan yang terbaik 3. GOJEK berhasil dalam meningkatkan kualitas layanannya	Likert
	<i>Trustworthiness</i>	1. GOJEK berhasil dalam menjaga keamanan data pribadi para konsumen 2. Konsumen setuju dengan kebijakan yang dibuat oleh GOJEK 3. Konsumen merasa puas dengan layanan GOJEK	Likert
	<i>Responsibility</i>	1. Cepat dalam menanggapi keluhan para konsumen 2. GOJEK sangat bertanggung jawab terhadap konsumen 3. GOJEK sangat terbuka dengan kritik dan saran	Likert

Seluruh indikator akan dirumuskan menjadi kuesioner penelitian dengan bentuk pernyataan dan menggunakan Skala Likert dengan level 5 pilihan. Pilihan tersebut adalah: sangat setuju diberi nilai 5, setuju diberi nilai 4, tanpa jawaban atau ragu-ragu diberi nilai 3, tidak setuju diberi nilai 2, dan sangat tidak setuju diberi nilai 1.

3.5 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2011:115), populasi adalah wilayah secara general yang memiliki syarat dan karakteristik yang memenuhi apa yang ingin diteliti. Berdasarkan definisi yang telah dijelaskan, maka ditentukan pengguna aplikasi Gojek di wilayah Tangerang Selatan khususnya di Cirendeuh Indah 1 Rt.05/Rw.03 kel.Pisangan Kec. Ciputat Timur untuk menjadi populasi dalam meneliti pengaruh perubahan logo (*Rebranding*) terhadap *Reputasi Perusahaan* Gojek. Populasi yang ada di Jl. Cirendeuh Indah I ini berjumlah 250 kepala keluarga.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar, dan tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili) (Sugiyono,2016:200).

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dengan *Probability Sampling* menggunakan *Simple Random Sampling*. *Probability Sampling* yaitu pengambilan sampel yang memberikan peluang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Simple Random Sampling* yaitu metode yang memberikan kesempatan sama secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Metode penarikan sampel ini bersifat relatif sederhana karena hanya memerlukan satu tahap dalam penentuan anggota sampel. Kriteria atau syarat yang ditentukan dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Gojek dan bertempat tinggal di daerah Cirendeuh Indah I.

Untuk menentukan ukuran sampel, dapat dilakukan perhitungan statistik dengan menggunakan rumus *Slovin*. Rumus *Slovin* ini menentukan ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya (Krisyantono, 2010:164):

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

keterangan :

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e=5%

Diketahui : N = 250 orang dan e = 5%/0,05Maka n = $250 / 1 + (250 \times (0,05)^2)$

= $250 / 1 + 0,625$

= $250 / 1,625$

= 153,84 = 154 sampel

3.6 Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social (Sugiyono, 2017:93).

Penelitian dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono,2017:93).

Tabel 3.3
Katagori dari penilaian Skala Likert

Kategori	Penilaian
SangatSetuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu ®	3
Tidaksetuju (TS)	2
SangatTidakSetuju (STS)	1

Sumber :Sugiyono, 2017:94

Dalam penelitian ini menggunakan lima kategori jawaban yaitu:

-Sangat Setuju (SS)	diberi skor 5
-Setuju (S)	diberi skor 4
-Netral (N)	diberi skor 3
-Tidak Setuju (TS)	diberi skor 2
-Sangat Tidak Setuju (STS)	diberi skor 1

3.7 Teknik Pengumpulan Data

3.7.1 Data Primer

Data primer adalah sumber data yang didapat secara langsung dari peneliti atau sumber asli. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data primer adalah angket atau kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, untuk diisi oleh responden. Kuesioner terdiri dari kuesioner langsung tertutup, kuesioner langsung terbuka, kuesioner tak langsung tertutup, dan kuesioner tak langsung terbuka (Ardianto, 2016: 162-163). Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner langsung tertutup dimana semua element jawaban yang harus dijawab responden telah tertera di kuesioner tersebut. Kuesioner akan dibagikan kepada pengguna aplikasi Gojek di wilayah Cirendeu Indah I rt 05/03 dan akan diberikan dalam bentuk *Google Form..*

3.7.2 Data Sekunder

Usman dan Abdi dalam buku Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi data sekunder merupakan data yang diambil dari sumber kedua atau bukan dari sumber lainnya. Data sekunder bisa bentuk data yang tersaji dalam bentuk tabel, grafik, dan lain sebagainya. Sumber data sekunder dapat berasal dari Lembaga pemerintah, Lembaga swasta dan lain sebagainya (Usman dan Abdi, 2012:212). Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder dengan mencari sumber data internal yaitu dengan mengambil beberapa berita mengenai perubahan logo baru Gojek.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah dari data seluruh responden atau

sumber data lain terkumpul. Analisis data yang dilakukan adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji Hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2017 : 147).

Teknik analisis dalam penelitian ini ialah *statistic inferensial*. *Statistic inferensial* adalah Teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2017:148).

Teknik Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana. Teknik regresi yang digunakan untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen/bebas mempengaruhi nilai variabel independent/terikat.

Formula regresi sederhana :Sugiyono, (2017 : 188)

$$Y = a + b X$$

Keterangan :

Y : Nilai yang diprediksikana : Nilai Konstanta

b :Koefisien Regresi

X : Nilai Variabel Independen

Analisis pengaruh menggunakan system perhitungan otomatis melalui SPSS (Statistic for Social Science).

3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk menganalisis data lebih jauh, perlu dilakukannya pengujian instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data, pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS 26.0. Uji kualitas data menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Untuk mengetahui apakah suatu indikator dalam instrument penelitian mampu mengukur jawaban yang diinginkan serta mengungkapkan data dari

variabel secara tepat, maka diperlukan uji validitas. Semakin tinggi tingkat validitas suatu instrument penelitian, berarti dapat menunjukkan apa yang sedang di ukur. Untuk menguji tingkat kevalidan instrument penelitian, dilakukan perbandingan antara nilai r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r tabel. Apabila nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel serta bernilai positif, maka indikator dinyatakan valid (Ghozali, 2006). Jika nilai r hitung bernilai negatif dan kurang dari nilai r tabel, maka indikator pertanyaan dapat dihilangkan dari instrument penelitian.

Berikut adalah hasil perhitungan setiap instrument dalam skala *Rebranding* Gojek

Tabel 3.4 Uji Validitas *Rebranding* Logo Gojek (X₁)

No	Item Pertanyaan	r- hitung	r- tabel	Kesimpulan
1.	X1	0,752	0,361	Valid
2	X2	0,732	0,361	Valid
3	X3	0,702	0,361	Valid
4	X4	0,837	0,361	Valid
5	X5	0,838	0,361	Valid
6	X6	0,790	0,361	Valid
7	X7	0,525	0,361	Valid
8	X8	0,643	0,361	Valid

Hasil perhitungan dengan Spss versi 26

Berdasarkan pada tabel diatas, perhitungan uji validitas variabel X (*Rebranding*) butir pernyataan diatas diperoleh hasil bahwa seluruh atau 8 pernyataan dinyatakan valid, karena r hitung > r tabel (rtabel 0,361 untuk jumlah n = 30 responden dengan menggunakan nilai kelonggaran ketidaktelitian sebesar 5%).

Berikut adalah hasil perhitungan item pertanyaan pada skala Reputasi perusahaan Gojek :

Tabel 3.5 Uji Validitas Reputasi Perusahaan Gojek (Y)

No.	Item pertanyaan	r- hitung	r-tabel	Kesimpulan
1	Y1	0,739	0,361	Valid
2	Y2	0,811	0,361	Valid

3	Y3	0,818	0,361	Valid
4	Y4	0,857	0,361	Valid
5	Y5	0,782	0,361	Valid
6	Y6	0,887	0,361	Valid
7	Y7	0,752	0,361	Valid
8	Y8	0,870	0,361	Valid
9	Y9	0,907	0,361	Valid
10	Y10	0,842	0,361	Valid
11	Y11	0,929	0,361	Valid
12	Y12	0,863	0,361	Valid

Berdasarkan pada tabel diatas, perhitungan uji validitas variabel Y (ReputasiPerusahaan) butir pernyataan diatas diperoleh hasil bahwa seluruh atau 12 pernyataan dinyatakan valid, karena r hitung $>$ r tabel (r tabel 0,361 untuk jumlah $n = 30$ responden dengan menggunakan nilai kelonggaran ketidak telitian sebesar 5%).

2. Uji Reliabilitas.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi antara hasil pengamatan dengan instruemn atau alat ukur yang digunakan pada waktu yang berbeda. Pernyataan yang sudah valid dalam uji validitas akan ditemukan reliabilitasnya.

Tujuan utama dari pengujian reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrument penelitian disebut reliable apabila instrument tersebut konsisten dalam memberikan penilaian atas apa yang diukur. Dalam pengujian realibilitas ini menggunakan metode *Alpha Croncnach*. Untuk mengetahui instrument realibilitas atau tidak, standar yang digunakan untuk menentukan realibilitasnya adalah perbandingan antara r hitung dan r tabel pada tingkat signifikan 5%. Apabila alpha dihitung lebih besar dari tabel dan alpha hitung bernilai positif, maka suatu instrument penelitian dapat dikatakan reliabel.

Tingkat reliabilitas dengan metode *Alpha Croncbach* diukur berdasarkan

skala alpha 0 sampai dengan 1. Apabila skala tersebut dikelompokkan ke dalam lima range yang sama, maka ukuran ketetapan alpha dapat diinterpretasi seperti tabel berikut :

Alpha	Tingkat Reliabilitas
>0,00 s.d 0,20	Kurang Reliabel
>0,20 s.d 0,40	Agak Reliabel
>0,40 s.d 0,60	Cukup reliabel
>0,60 s.d 0,80	Reliabel
>0,80 s.d 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : (Sugiyono, 2009:83)

Tabel 3.6

Hasil uji reliabilitas variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,854	8

Tabel 3.7

Hasil uji reliabilitas variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,960	12

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat dari 21 pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan kepada responden dinyatakan reliabel. Nilai *Cronbach Alpha* tersebut diperoleh dari hasil pengolahan data setiap indikator yang ada pada variabel X dan Y. Variabel X memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,854 sehingga nilai tersebut dapat dinyatakan sangat tinggi atau kuat dan pada variabel Y memiliki nilai sebesar 0,960 yang artinya dapat dikatakan sangat tinggi atau kuat.