



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 3.1 Logo PT. Gojek Indonesia

PT. Gojek Indonesia adalah perusahaan transportasi asal Indonesia yang menyediakan jasa transportasi *online* menggunakan aplikasi *mobile* yang bernama Go-Jek. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 13 Oktober 2010 oleh Nadiem Makarim. Pada awalnya Go-Jek hanya beroperasi melalui *call center* saja, pada bulan Januari 2015 Go-Jek telah merilis aplikasi *mobilenya* pada *platform* Android dan IOS, dan sampai sekarang Go-Jek telah menjadi aplikasi *mobile* yang cukup dikenal di Indonesia. Go-Jek telah resmi beroperasi di 10 kota besar di Indonesia, termasuk Jakarta, Bandung, Bali, Surabaya, Makassar, Yogyakarta, Medan, Semarang, Palembang, dan Balikpapan.

Aplikasi *mobile* Go-Jek merupakan sebuah aplikasi dengan berbagai layanan jasa transportasi *online* di Indonesia yang memberikan kemudahan kepada para penggunanya, layanan yang tersedia di aplikasi Go-Jek diantaranya adalah Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Mart, Go-Box, Go-Massage, Go-Clean, Go-Glam, Go-Tix, Go-Busway, Go-Pay, Go-Med, Go-Auto, dan Go-Pulsa (seperti yang terlihat pada gambar 3.1). Go-Jek telah berkembang yang dari yang awalnya hanya berfokus pada jasa ojek *online*, sekarang telah memiliki berbagai fungsi lainnya. Beberapa fungsi dari aplikasi Go-Jek itu sendiri adalah antara lain memesan makanan secara online dengan layanan Go-Food, mengirimkan barang dengan layanan Go-Send, menyewa mobil box dengan layanan Go-Box, membeli tiket film dengan Go-Tix, membeli obat-obatan dengan Go-Med, dan masih banyak lagi fungsi lainnya.

UMMN



Gambar 3.2 Layanan pada aplikasi Go-Jek

Sumber : www.Go-Jek.com

PT. Gojek Indonesia memiliki kantor utama yang berlokasi di Jalan Kemang Selatan No. 99 B, Mampang Prapatan, RT.1/RW.2, Jakarta Selatan. Saat ini Go-Jek telah menjadi sponsor resmi salah satu tim e-sport dota 2 Indonesia dan juga menjadi sponsor resmi liga 1 sepakbola di Indonesia. Visi dari PT. Gojek Indonesia adalah membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia, memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari seperti pengiriman dokumen, belanja harian dengan menggunakan layanan fasilitas kurir, serta turut mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Indonesia Kedepannya. Misi PT. Gojek Indonesia adalah :

1. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi.
2. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada pelanggan.
3. Membuka lapangan kerja selebar-lebarnya bagi masyarakat Indonesia.
4. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
5. Menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak yang terkait dengan usaha ojek online.

3.2 Metode Penelitian

Pada penelitian kali ini, peneliti akan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). Pemilihan TAM sebagai metode utama dalam penelitian ini didasarkan oleh tujuan awal dari penulisan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan aplikasi Go-Jek ini, dan untuk mengetahui tingkat penerimaan pengguna terhadap aplikasi Go-Jek.

Di dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) yang berfungsi untuk proses perhitungan dan pengolahan data seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, SEM mampu melakukan

analisis secara sistematis dan menyeluruh dalam sebuah analisis tunggal, dan peneliti merasa metode perhitungan ini akan dapat diterapkan pada penelitian kali ini.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang peneliti gunakan pada penelitian kali ini adalah jenis data yang bersifat kuantitatif, yang bersumber dari data primer dan data sekunder. Data kuantitatif merupakan data yang berupa angka dan dapat dihitung. Data yang telah diperoleh nantinya akan diolah menggunakan *software* IBM SPSS Statistic & AMOS.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel atau *sampling* adalah sebuah cara atau metode yang dilakukan untuk menentukan jumlah dan anggota sampel. Setiap anggota harus mewakili populasi yang telah dipilih setelah dikelompokkan berdasarkan kesamaan karakter (Sugiyono,2008). Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah salah satu teknik dari *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, sedangkan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling*, didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Peneliti memilih

menggunakan *purposive sampling* yang merupakan bagian dari *nonprobability sampling* karena jumlah populasi dari pengguna Go-Jek di Jabodetabek ini sendiri tidak dapat diketahui dengan pasti berapa besar jumlahnya, karena itu peneliti memilih *nonprobability sampling*, selain itu *purposive sampling* dipilih oleh peneliti karena subjek penelitian dari penelitian kali ini harus memiliki kriteria yang sangat penting, yaitu harus pernah menggunakan aplikasi Go-Jek ini, jika subjek tidak pernah menggunakannya maka subjek tersebut tidak akan dimasukkan ke dalam penelitian ini, karena itu peneliti memilih *purposive sampling*. Untuk ukuran sampel peneliti menggunakan model estimasi *Maximum Likelihood Estimation* (MLE) yaitu jumlah sampel dalam metode SEM harus berkisar antara 100 - 200. menurut (Hair, 2014) jumlah minimum ukuran sampel dalam sebuah penelitian yang menggunakan metode SEM adalah lima kali jumlah pertanyaan yang dianalisis, karena jumlah pertanyaan atau indikator yang ada pada penelitian ini berjumlah 20 maka jumlah sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah 100 responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan 2 buah sumber data, yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang masih mentah (belum diolah) yang dikumpulkan oleh peneliti untuk melaksanakan penelitian. Data primer didapat langsung dari hasil penyebaran kuesioner terhadap responden yang berumur antara 15 sampai dengan 30 tahun yang sudah pernah menggunakan aplikasi jasa transportasi online Go-Jek sebelumnya.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data-data yang telah dikumpulkan oleh peneliti-peneliti sebelumnya dan data tersebut telah diolah sehingga menjadi suatu informasi yang memiliki nilai guna. Metode dalam pengumpulan data yang peneliti gunakan berasal dari studi pustaka dan artikel-artikel yang terkait dengan perusahaan yang menjadi objek penelitian. Studi pustaka disini maksudnya adalah peneliti mempelajari dan mengumpulkan informasi dari teori-teori yang berkaitan dengan penelitian dari jurnal dan buku, lalu peneliti juga mengumpulkan informasi melalui artikel-artikel yang berhubungan dengan objek penelitian.

3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan pada penelitian ini diperoleh berdasarkan studi pustaka yang dilakukan oleh peneliti.

A. *Perceived Ease of Use*

Dalam penelitian ini *perceived ease of use* diartikan sebagai kemudahan bagi para pengguna aplikasi Go-Jek untuk menggunakan aplikasi Go-Jek, baik itu dari segi kemudahan pengoperasian, kemudahan dalam mengakses aplikasi, tampilan yang mudah dipahami, maupun kemudahan dalam mempelajari cara penggunaan aplikasi.

B. *Perceived Usefulness*

Dalam penelitian ini *perceived usefulness* diartikan sebagai manfaat yang diterima oleh pengguna saat menggunakan aplikasi Go-Jek. Seperti lebih menghemat waktu dengan menggunakan aplikasi Go-Jek dibanding menggunakan jasa transportasi tradisional, dan menggunakan aplikasi Go-Jek dapat menghemat biaya karena lebih murah dari jasa transportasi tradisional.

C. *Attitude Toward Using*

Dalam penelitian ini *attitude toward using* memiliki arti seberapa besar pengguna merasa keputusan menggunakan aplikasi jasa transportasi online Go-Jek adalah keputusan yang benar, positif, dan bermanfaat. Selain itu arti lainnya

dari variabel ini sendiri adalah apakah pengguna lebih menyukai pemesanan kendaraan menggunakan aplikasi Go-Jek dibandingkan dengan pemesanan dengan cara tradisional.

D. Behavioral Intention to Use

Dalam penelitian ini *behavioral intention to use* memiliki arti bahwa pengguna merasakan manfaat serta kemudahan dalam menggunakan aplikasi Go-Jek dan dapat menerima pemesanan kendaraan menggunakan aplikasi Go-Jek sehingga pengguna memiliki keinginan untuk kembali melakukan pemesanan kendaraan kedepannya menggunakan aplikasi Go-Jek.

E. Actual System Usage

Dalam penelitian ini variabel *actual system usage* memiliki arti seberapa sering pengguna menggunakan aplikasi Go-Jek dalam kesehariannya, atau dengan kata lain frekuensi pemesanan kendaraan menggunakan aplikasi Go-Jek.

F. Trust

Dalam penelitian ini *trust* bermakna seberapa besar pihak aplikasi Go-Jek dapat memberi rasa percaya dan aman terhadap para pengguna aplikasi Go-Jek dalam menjaga privasi mereka agar tidak tersebar atau dicuri oleh pihak lain yang tidak berkepentingan, selain itu *trust* di sini juga bisa berarti rasa kepercayaan

para user terhadap driver-driver dari aplikasi Go-Jek. *Trust* adalah external variabel yang peneliti gunakan dalam penelitian kali ini.

Tabel 3.1 Indikator Penelitian

<i>Construct</i>	<i>Measurement</i>			<i>Sumber</i>
<i>Perceived Ease of Use</i>	1	X1	Aplikasi Go-Jek mudah untuk digunakan	(Ella Trisnawati, 2012)
	2	X2	Saya dapat mengakses aplikasi Go-Jek kapan saja saat dibutuhkan	(Gapar, 2011)
	3	X3	Saya dapat dengan mudah mempelajari aplikasi Go-Jek	(Gapar, 2011)
	4	X4	Aplikasi Go-Jek memiliki tampilan (UI) yang mudah dimengerti	(Gapar, 2011)
<i>Perceived Usefulness</i>	5	Y1	Memesan kendaraan menggunakan Go-Jek menghemat waktu saya	(Gapar, 2011)
	6	Y2	Memesan kendaraan menggunakan Go-Jek memungkinkan saya untuk mendapat kendaraan lebih cepat	(Gapar, 2011)
	7	Y3	Aplikasi Go-Jek menghemat biaya saya	(Ella Trisnawati, 2012)
	8	Y4	Aplikasi Go-Jek memudahkan saya melakukan pemesanan di manapun lokasi saya	(Ella Trisnawati, 2012)

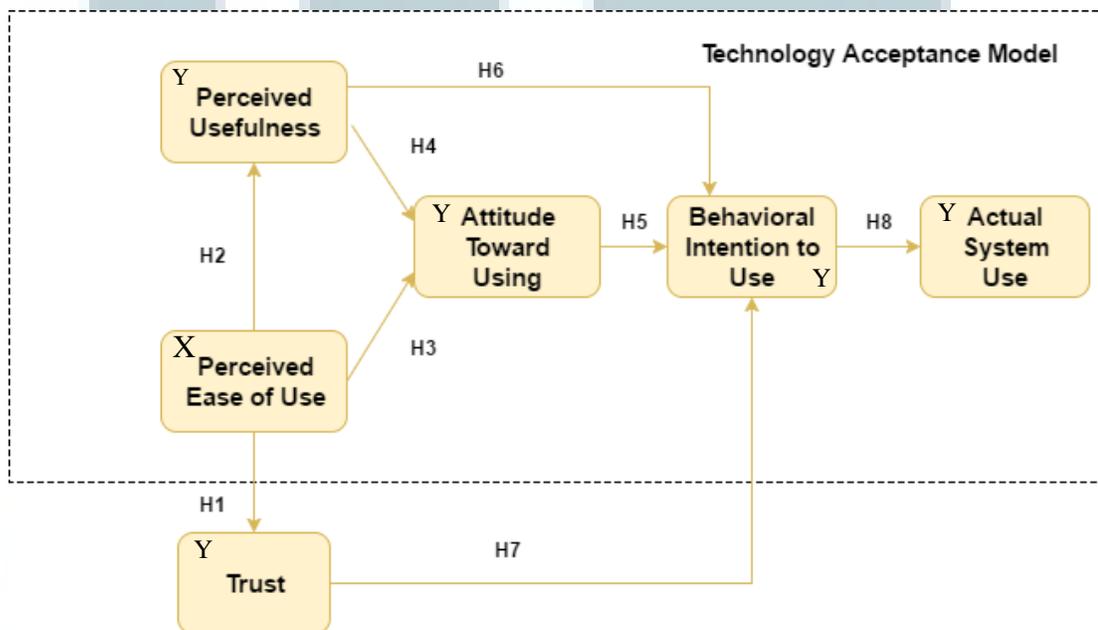
Construct	Measurement			Sumber
<i>Attitude Toward Using</i>	9	Y5	Saya menikmati menggunakan aplikasi Go-Jek	(Tan, 2012)
	10	Y6	Saya lebih suka menggunakan aplikasi Go-Jek dibandingkan harus memesan kendaraan secara <i>offline</i>	(Tan, 2012)
	11	Y7	Aplikasi Go-Jek Menarik untuk digunakan	(Tan, 2012)
<i>Behavioral Intention to Use</i>	12	Y8	Saya berniat untuk menggunakan kembali aplikasi Go-Jek	(Tan, 2012)
	13	Y9	Saya bersedia untuk memperkenalkan aplikasi Go-Jek kepada teman-teman, kerabat dan orang lain.	(Tan, 2012)
	14	Y10	Saya memiliki pandangan positif terhadap penggunaan aplikasi Go-Jek	(Tan, 2012)
<i>Actual System Usage</i>	15	Y11	Saya menggunakan aplikasi Go-Jek untuk memesan kendaraan motor secara online	(Tan, 2012)
	16	Y12	Saya menggunakan aplikasi Go-Jek untuk memesan kendaraan mobil secara online	(Tan, 2012)
	17	Y13	Saya tidak merasa repot saat menggunakan aplikasi Go-Jek	(Tan, 2012)
<i>Trust</i>	18	Y14	Saya merasa aman saat memesan kendaraan menggunakan aplikasi Go-Jek	(Ella Trisnawati, 2012)

<i>Construct</i>	<i>Measurement</i>		<i>Sumber</i>
	19	Y15	Saya percaya pihak Go-Jek dapat melindungi privasi saya dari pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab (Ella Trisnawati, 2012)
	20	Y16	Saya merasa aman untuk melakukan pembayaran menggunakan layanan Go-Pay dalam aplikasi Go-Jek (Ella Trisnawati, 2012)

3.7 Hipotesis dan Kerangka Penelitian

Hipotesis yang peneliti kembangkan dalam penelitian kali ini merupakan hasil modifikasi yang berdasarkan pada model TAM yang telah dikembangkan oleh Davis dan dari penelitian-penelitian terdahulu lainnya. Peneliti hanya menggunakan *trust* sebagai satu-satunya konstruk eksternal dikarenakan dari konstruk-konstruk eksternal lain pada penelitian terdahulu hanya *trust* yang sangat pas dengan penelitian kali ini, konstruk lainnya seperti *security* dapat dapat digunakan dan dimasukkan indikatornya kedalam *trust* ini, selain itu konstruk lain seperti *user satisfaction* misalnya juga dapat digabung ke dalam konstruk lain seperti *perceived ease of use*, dan banyak konstruk eksternal lainnya yang dapat digabung dan menjadi salah satu indikator bagi konstruk TAM yang sudah ada, oleh karena itu peneliti hanya menggunakan konstruk eksternal *trust* saja. Menurut (Ella Trisnawati, 2012) variabel *perceived ease of use* memiliki dampak positif terhadap variabel *trust*, karena jika

suatu aplikasi semakin mudah dipahami maka aplikasi itu akan lebih menarik dan membuat penggunanya lebih memahami dan mempercayai aplikasi tersebut. Masih menurut (Ella Trisanwati, 2012) variabel *trust* memiliki dampak positif terhadap variabel *behavioral intention to use*, jika seseorang telah mempercayai sebuah aplikasi, maka orang tersebut akan berkeinginan untuk kembali menggunakan aplikasi tersebut. Berikut adalah gambaran hipotesis yang digunakan oleh peneliti dalam pembuatan penelitian ini.



Gambar 3.3 Kerangka Hipotesis Penelitian

Berikut adalah hipotesis yang akan di uji oleh peneliti dalam penelitian ini:

H1 : *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Trust*.

H2 : *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*.

H3 : *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using*.

H4 : *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using*.

H5 : *Attitude Toward Using* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use*.

H6 : *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use*.

H7 : *Trust* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use*.

H8 : *Behavioral Intention to Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Actual System Usage*.

3.8 Teknik Pengukuran Variabel

Peneliti menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data primer untuk penelitian ini. Peneliti menggunakan pendekatan *5 Point Likert* (Sekaran, 2006) untuk pengukuran kuesioner. Berikut adalah alternatif jawaban yang diberikan sesuai dengan jawaban dari responden:

Sangat tidak setuju = mendapatkan nilai 1 poin

Tidak setuju = mendapatkan nilai 2 poin

Netral = mendapatkan nilai 3 poin

Setuju = mendapatkan nilai 4 poin

Sangat setuju = mendapatkan nilai 5 poin

3.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan peneliti gunakan adalah metode analisis *Structural Equation Modelling*, ada tiga tahap dalam melakukan metode analisis SEM ini yaitu *Goodness of fit* (Kecocokan keseluruhan model), *Measurement model fit* (Kecocokan model pengukuran), *Structural Model Analysis* (Analisis Model struktural).

UMMN