

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tipe deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

#### B. Lokasi Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah Kota Banjarmasin, untuk itu lokasi penelitian disini adalah Kota Banjarmasin Provinsi Kalimantan Selatan.

#### C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat atau konsumen Kota Banjarmasin Kalimantan Selatan yang pernah menggunakan jasa ojek online Grabbike.

Dikarenakan jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya sampel yaitu dengan menggunakan rumus *unknown populations*:

$$n = \frac{z^2}{4u^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

Z = tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, pada  $\alpha = 5\%$  (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka  $Z = 1,96$

$u$  = margin of error, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (ditentukan 10%)

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4u^2}$$
$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$n = 96,4$  (digenapkan menjadi 100 orang/responden)

Dari hasil perhitungan tersebut maka jumlah sampel yang dijadikan sumber data yaitu 100 responden di Kota Banjarmasin yang pernah menggunakan transportasi *online* Grabbike.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Insidental Sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan siapa saja yang ditemui secara kebetulan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut sesuai kriteria dan cocok untuk dijadikan sumber data (Sugiyono, 2009).

#### **D. Data dan Sumber Data**

##### 1. Data

Data adalah sekumpulan informasi yang biasanya berbentuk bilangan yang dihasilkan dari pengukuran atau perhitungan (Abdullah, 2015, hal. 244).

Adapun data yang diperlukan dalam penelitian ini yakni data yang diperoleh langsung dari objek penelitian, meliputi karakteristik responden dan persepsi responden terhadap variabel penelitian yang diperoleh

melalui instrumen pengumpulan data yang berbentuk kuesioner/angket. Data yang diperlukan disini mengenai pengaruh kualitas layanan, harga, promosi secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian konsumen jasa ojek online Grabbike di Kota Banjarmasin.

## 2. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Adapun sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder yakni:

### a) Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil observasi atau hasil pengisian kuesioner (Abdullah, 2015, hal. 246). Data primer ini diperoleh penulis melalui observasi awal dan pengamatan langsung dari objek penelitian dan data yang telah dijawab responden melalui kuesioner yang akan disebarakan kepada konsumen Grabbike Kota Banjarmasin.

### b) Data sekunder

Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain. (Abdullah, 2015, hal. 247). Terkait dengan data sekunder, peneliti memanfaatkan data tersebut sesuai kebutuhannya diperoleh penulis dari literatur, buku-buku tentang manajemen pemasaran, metodologi penelitian dan yang lainnya.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi dan angket/kuesioner :

### 1. Observasi

Kegiatan observasi meliputi pengamatan dan pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, objek-objek yang dilihat dan hal-hal yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Pada tahap awal observasi yang dilakukan.

### 2. Angket/kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan tertulis kepada para responden untuk dijawab berdasarkan pengalaman konsumen tersebut. Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan langsung dari pengisian kuesioner (angket) yang ditujukan kepada responden atau konsumen.

## **F. Variabel Penelitian**

Pada penelitian ini variabel penelitian dibedakan menjadi dua yaitu :

- a. Variabel terikat (dependent) : keputusan pembelian (Y)
- b. Variabel bebas (independent) : kualitas layanan ( $x_1$ ), harga ( $x_2$ ), dan promosi ( $x_3$ ).

## **G. Desain Pengukuran dan Instrumen Kuesioner**

Skala yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur jawaban responden adalah skala *likert*. Menurut (Sugiyono, 2017, hal. 93)

skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

**Tabel 3.1 skala pengukuran**

No	Jawaban	Skor
1	Sangat tidak setuju	1
2	Tidak setuju	2
3	Cukup setuju	3
4	Setuju	4
5	Sangat setuju	5

Sumber : (Sugiyono 2017)

Instrumen kuesioner adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2018, hal. 146). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen (kualitas layanan, harga, dan promosi) dan variabel dependen (keputusan pembelian). Instrumen kuesioner dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 3.2**

**Indikator Variabel X dan Y**

Variabel	Indikator	Teori	Skala Pengukuran
Kualitas Layanan (X1)	1. Bukti Langsung 2. Keandalan 3. Daya Tanggap	Kotler, Philip, dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. <i>jilid</i>	Skala Likert

	<p>4. Jaminan</p> <p>5. Empati</p>	<p>I (hal. 153).</p> <p>Jakarta:</p> <p>Erlangga.</p>	
Harga (X2)	<p>1. Kesesuaian harga dengan kualitas layanan</p> <p>2. kesesuaian harga dengan jarak tempuh</p> <p>3. kesesuaian harga dengan kemampuan konsumen</p> <p>4. keterjangkauan harga</p>	<p>Kotler, Philip; Amstrong, G. (2013). prinsip-prinsip pemasaran Edisi ke 12. (Hal 151) Jakarta: Erlangga.</p>	Skala Likert
Promosi (X3)	<p>1. periklanan</p> <p>2. <i>personal selling</i></p> <p>3. promosi penjualan</p> <p>4. publisitas dan humas</p>	<p>Sunyoto, D. (2013). <i>Teori Kuesioner dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen</i>. (Hal 120) Yogyakarta : Graha Ilmu.</p>	Skala Likert

Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. pengenalan kebutuhan</li> <li>2. pencarian informasi</li> <li>3. evaluasi alternatif</li> <li>4. keputusan pembelian</li> <li>5. perilaku pasca pembelian</li> </ol>	<p>Kotler, Philip; Amstrong, G. (2013). prinsip-prinsip pemasaran Edisi ke 12. (Hal 151) Jakarta: Erlangga.</p>	Skala Likert

## H. Uji Instrumen Penelitian

### a. Uji Validitas

Pada penelitian kuantitatif, uji validitas dapat menggunakan korelasi *pearson* (r). Koefisien korelasi yang diperoleh setelah di uji dengan uji t hasilnya bermakna, berarti instrumen tersebut valid. Selain dengan korelasi *pearson* dapat menggunakan *Confirmatory factor Analysis* (CFA). Nilai loading ( $\lambda$ ) yang diperoleh, selanjutnya di uji dengan t. Jika hasilnya bermakna berarti instrumen yang digunakan adalah valid (Sarmanu, 2017, hal. 9).

Untuk menguji validitas ini digunakan teknik koefisien korelasi *product moment* dari Karl Pearson sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien toleransi antar masing-masing item

X = nilai/skor dari masing-masing item

Y = nilai/total skor item

$X^2$  = kuadrat skor instrument pertama

$Y^2$  = kuadrat skor instrument kedua

N = jumlah responden

XY = perkalian antara masing-masing item

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji kekonsistenan instrument untuk mengukur data instrument yang reliabel adalah instrumen yang menghasilkan ukuran yang konsisten. Uji reliabilitas bertujuan untuk menguji sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Alpha Cronbach ( $\alpha$ ), dimana biasanya reliabilitas minimal 0,5 (Sarmanu, 2017, hal. 9).

Untuk mengetahui suatu alat ukur itu reliabel dapat di uji dengan menggunakan rumus Alpha sebagai berikut:

$$r_n = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

$r_n$	= reliabilitas instrument
$k$	= banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal
$\Sigma \sigma^2$	= jumlah varians butir
$\sigma_1^2$	= varians total

## I. Teknik Analisis Data

### 1. Uji asumsi klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, hal ini ditunjukkan oleh besarnya nilai *random error* ( $e$ ) yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah didistribusikan secara normal atau mendekati normal. Sehingga data layak untuk diuji secara statistik. Ada beberapa teknik yang digunakan untuk menguji normalitas data, salah satu diantaranya adalah dengan menggunakan metode *kolmogorov-Smirnov*. Metode *kolmogorov-Smirnov* (K-S) merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui apakah sampel berasal dari populasi dengan distribusi tertentu dalam hal ini adalah distribusi normal (Sinaga, Matondang, & Sitompul, 2019, p. 128).

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Priyanto, 2016, p. 131) Uji Heteroskedastisitas didefinisikan sebagai keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian

dari residual satu pengalaman yang lain pada model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang mensyaratkan tidak adanya masalah Heteroskedastisitas. Terdapat beberapa metode untuk menguji ada tidaknya Heteroskedastisitas antara lain dengan cara uji *Spearman's rho* dan dengan melihat pola titik-titik pada *scatterplots* regresi.

c. Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas adalah keadaan dimana antar dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau yang mendekati sempurna. Model regresi yang baik tidak adanya masalah multikorelasi. Untuk mendeteksi tidak adanya multikorelasi umumnya dengan menilai nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*) pada hasil regresi linear (Priyanto, 2016, p. 143).

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis statistik dengan menggunakan program SPSS, dimana rumus statistik yang digunakan adalah *Linier Multiple Regression* (Regresi Linier Berganda), dimana fungsinya adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Fungsi tersebut menerangkan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), dimana:

Y = perilaku konsumen

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = koefisien regresi untuk  $X_1$  (kualitas pelayanan)

$\beta_2$  = koefisien regresi untuk  $X_2$  (harga)

$\beta_3$  = koefisien regresi untuk  $X_3$  (promosi)

$e$  = *error* (nilai residu)

### 3. Pengujian Hipotesis

#### a. Uji T

Analisis ini digunakan untuk mengetahui adanya signifikansi pengaruh variabel kualitas layanan, harga, promosi, terhadap keputusan pembelian digunakan uji t. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individual mampu memengaruhi variabel terikat. Jadi dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk:

- 1) Menguji apakah ada pengaruh kualitas layanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan promosi ( $X_3$ ) terhadap perilaku keputusan pembelian ( $Y$ ). langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

$$2) t_{hitung} = \frac{b}{Seb}$$

Keterangan:

B = koefisien regresi

Seb = standar error

- 3)  $t_{tabel}$

a) taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 5%

b) derajat kebebasan (df) = n-k-1

Diketahui:

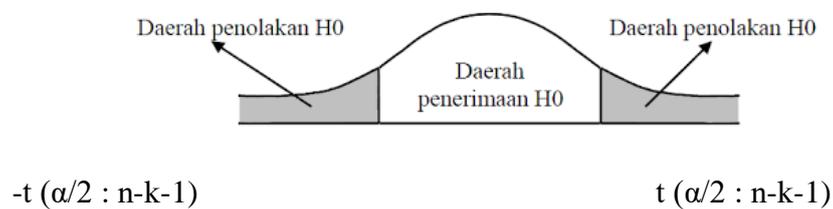
n = jumlah responden

k = jumlah variabel bebas pada pengujian parsial

- c) uji dilakukan dengan pengujian = dua sisi (karena pada hipotesis masih belum diketahui arahnya, belum diketahui apakah pengaruh kualitas layanan ( $X_1$ ) harga ( $X_2$ ) dan promosi ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sifatnya positif atau negatif). Jadi nilai  $t_{tabel} = (\alpha/2 : n-k-1)$ .

4) Kriteria pengujian

- a)  $H_0$  diterima bila:  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$  dan  $p > 0,05$ .  
b)  $H_a$  ditolak bila:  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} < -t_{tabel}$  dan  $p < 0,05$ .



*Kurva Distribusi Normal (Uji t, uji dua sisi)*

**Gambar 3.1 Kurva Distribusi Normal Uji T**

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama atau simultan mampu mengetahui variabel terikat. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{K}}{\frac{1 - R^2}{(n - K - 1)}}$$

Keterangan:

$R^2$  = koefisien determinasi

K = banyaknya variabel yang diteliti pada pengujian regresi berganda

N = jumlah responden

1)  $F_{\text{tabel}}$

a) Taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 5%

b) Derajat kebebasan (df penyebut) =  $n-k-1$

c) Derajat kebebasan (df pembilang) = (k)

Diketahui:

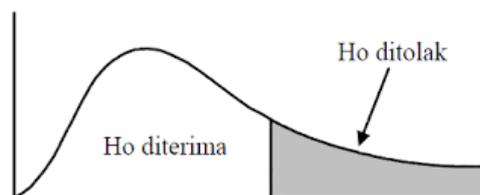
N = jumlah responden

K = jumlah variabel bebas pada pengujian regresi linier berganda jadi nilai  $F_{\text{tabel}} = (\alpha) ; (k) ; (n-k-1)$

2) Kriteria pengujian

a)  $H_0$  diterima bila =  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  dan  $p > 0,05$ .

b)  $H_a$  ditolak bila =  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  dan  $p < 0,05$ .



$F(\alpha) ; (k) ; (n-k-1)$

*Kurva distribusi Normal (Uji f)*

**Gambar 3.2 Kurva Distribusi Normal Uji**

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Derajat ketepatan atau koefisien determinasi yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (kualitas layanan, harga, dan promosi) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

