

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Penelitian lapangan adalah penelitian yang pengumpulannya diperoleh secara langsung dari responden. Penelitian lapangan ini dilakukan dengan cara mencari pengaruh dari variabel yang dihipotesiskan. Dengan begitu peneliti dapat mengetahui hubungan dan pengaruh variabel tersebut.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2013, hlm. 8), pendekatan kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme. Digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu, dengan mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi (X_1), harga (X_2), dan keamanan bertransaksi (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian yang akan dijadikan sebagai tempat penelitian yaitu di Kecamatan Banjarmasin Timur yang terdiri dari 9 kelurahan yaitu:

1. Pekapuran Raya
2. Karang Mekar

3. Kebun Bunga
4. Sungai Lulut
5. Kuripan
6. Sungai Bilu
7. Pngambangan
8. Banua Anyar
9. Pemurus Luar

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Banjarmasin Timur yang pernah menggunakan jasa pesan antar makanan ShopeeFood. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah variabel promosi, harga dan keamanan bertransaksi.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2013: 80) populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu, populasi juga di sebut objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti. Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Banjarmasin Timur dari umur 11 - 42 tahun yang jumlahnya tidak diketahui.

Sampel adalah sebagian saja dari seluruh jumlah populasi, yang diambil dari populasi dengan cara sedemikian rupa sehingga dapat dihitung mewakili seluruh anggota jumlah populasi (Sugiyono 2013: 81).

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode *non-probability sampling* adalah metode dimana setiap unsur atau anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013: 84) Sedangkan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2013: 85). Dalam penelitian ini, kriteria-kriteria yang digunakan untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat di Kecamatan Banjarmasin Timur
2. Pernah menggunakan aplikasi jasa pesan antar makanan ShopeeFood
3. Berusia 11 - 42 tahun

Dalam menentukan besarnya sampel dalam penelitian ini dicari menggunakan rumus slovin yaitu menentukan sampel dari suatu populasi dengan rumus

$$n = \frac{N}{1 + N_e^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

E = Batas kesalahan (10%)

Sehingga dalam penelitian ini jumlah sampel dapat ditentukan dengan cara

$$n = \frac{77.450}{1 + 77450(0,1^2)} = \frac{77450}{775,5} = 99,89 = 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang

E. Data Dan Sumber Data

Data adalah informasi atau fakta yang digunakan untuk menjelaskan atau mengambil keputusan terkait dengan pernyataan penelitian. Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah hasil koesioner yang dibagikan kepada masyarakat di Kecamatan Banjarmasin Timur yang merupakan pengguna jasa pesan antar makanan ShopeeFood.

Sumber data adalah subjek atau pihak yang memberikan data penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data berasal dari responden yang merupakan masyarakat di Kecamatan Banjarmasin Timur yang merupakan pengguna jasa pesan antar makanan ShopeeFood.

F. Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran koesioner. Koesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pemberian sejumlah pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono 2013, hlm. 142) Penelitian ini mengumpulkan

data dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat di Kecamatan Banjarmasin Timur pengguna jasa pesan antar makanan

G. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan dependen, variabel independen adalah variabel yang memiliki pengaruh atau menjadi penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel dependen. Sedangkan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel independen .

Berikut ini adalah variabel-variabel yang digunakan sebagai variabel independen dan variabel dependen.

- a) Variabel independen terdiri dari Promosi (X_1), Harga (X_2), dan Keamanan Bertransaksi (X_3)
- b) Variabel dependen terdiri dari Kepuasan Konsumen (Y)

H. Desain Pengukuran dan Instrumen Penelitian

Desain pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok tentang fenomena sosial. Kemudian indikator-indikator tersebut dijadikan landasan dalam penyusunan item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyon, 2013, hlm. 93). Setiap item instrumen dalam penelitian ini mengharuskan responden memberikan jawaban dalam rentang sangat setuju hingga sangat tidak setuju.

Adapun skor jawaban pada kuesioner tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Skala Likert

SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Data Diolah, 2023

Instrumen penelitian adalah sebuah perangkat yang dipakai untuk mengukur fenomena alam atau sosial yang sedang diamati. Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Indikator-Indikator Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Teori	Skala
1.	Promosi (X ₁)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan 2. Penjualan Personal 3. Informasi dari Mulut Kemulut 4. Hubungan Masyarakat 5. Promosi Penjualan. 6. Pemasaran Lansung 	Menurut Kotler dan Keller dalam penelitian (Irawan et al 2021: 125)	<i>Likert</i>
2.	Harga (X ₂)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga. 2. Harga sesuai Daya Saing Harga 3. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk 4. Kesesuaian Harga dan Manfaat 	Menurut Kotler dan Amstrong dalam (Ekowati dkk., 2020, hlm. 111)	<i>Likert</i>

			Finthariasari 2020: 111)	
3.	Keamanan Bertransaksi (X ₃)	1. Jaminan Keamanan 2. Kerahasiaan Data	Raman dan Viswanathan dalam penelitian (Djaja dkk., 2022, hlm. 38)	<i>Likert</i>
4.	Kepuasan Konsumen (Y)	1. Kesesuaian Harga 2. Minat Membeli Ulang. 3. Kesiediaan untuk Merekomendasi	Menurut Kotler dan Keller dalam (Rosnaini Daga 2017, hlm. 81-82)	<i>Likert</i>

Sumber : Data Diolah 2023

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Menurut Sakaran dalam (Sarjono & Julianita, 2011, hlm. 35) uji validitas adalah bukti bahwa instrumen, teknis atau proses yang digunakan mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksud. Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu item pernyataan yang dapat dilihat dengan membandingkan r hitung dengan r tabel, yaitu:

- 1) Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau nilai $Sig. < \alpha (0,05)$, maka item pertanyaan/pernyataan dalam instrumen dinyatakan “valid”.
- 2) Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ atau nilai $Sig. \geq \alpha (0,05)$, maka item

pertanyaan/pernyataan dalam instrumen dinyatakan “tidak valid”

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan uji dimana valid atau sah nya sebuah instrumen juga harus dapat dipercaya, yaitu selain instrumen harus sesuai dengan kenyataan juga harus mempunyai nilai ketepatan. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap suatu objek yang sama dan diperoleh hasil yang sama artinya mempunyai konsistensi pengukuran yang baik (Sarjono & Julianita, 2011, hlm. 35). Nilai reliabel yang tinggi dan dinyatakan reliabel jika nilai dari *Cronbach Alpha*. $> 0,70$. Koefisien reliabilitas berkisar antara 0-1. Semakin tinggi koefisien reliabilitas (mendekati angka 1), maka semakin reliabel alat ukur tersebut

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui nilai residu/perbedaan yang ada dalam penelitian apakah memiliki distribusi normal atau tidak normal (Sarjono & Julianita, 2011, hlm. 53). Nilai residu dapat diketahui dari kurva dalam output analisis SPSS berupa suatu bentuk kurva seperti lonceng (*bell-shaped curve*) jika data berdistribusi normal.

1) Jika nilai Sig. $\geq 0,05$, maka distribusi data normal.

2) Jika nilai Sig. $< 0,05$, maka ditribusi data tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Sarjono & Julianita, 2011. 70). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikoloneritas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan *Variance inflation factor* (VIF) dengan membandingkan sebagai berikut:

- 1). Jika nilai tolerance $> 0,10$, maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.
- 2). Jika nilai tolerance $< 0,10$, maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varian dan residual dari nilai observasi yang satu dengan observasi yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Sarjono & Julianita, 2011, hlm. 66). Dalam melakukan pengujian ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada model regresi dapat digunakan uji glejser. Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas, sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- 2) Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka artinya terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

3. Analisis Regresi Berganda

Uji analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk meramalkan suatu keadaan atas naik turunnya variabel independen apabila dua atau lebih variabel independen sebagai factor predictor yang dimanipulasi dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = Variabel Dependen (Kepuasan Konsumen)

a = *Constant*

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi

X_1 = Promosi

X_2 = Harga

X_3 = Keamanan Bertransaksi

4. Uji Hipotesis

- a. Uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen, Promosi (X_1) Harga (X_2) dan Keamanan Bertransaksi (X_3), dapat menerangkan variasi variabel dependen, Kepuasan Konsumen (Y).
- b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik f) Uji statistik F dilakukan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan baik atau tidak atau untuk menguji bagaimana pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen (Wahyudin et al 2022: 49). Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji f, sebagai berikut :

- 1) Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ atau nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka artinya terdapat pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen atau hipotesis diterima.
 - 2) Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ atau nilai $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka artinya tidak terdapat pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen atau hipotesis ditolak.
- c. Uji t_{hitung} (Uji Parsial) Uji statistik t pada dasarnya memperlihatkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual menerangkan variabel variabel terikat. Pada pengujian ini, hipotesis dapat diputuskan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan taraf pengujian sebesar 5%, adapun kriteria yang dibutuhkan dalam pengujian ini, diantaranya:
- 1) Variabel independen secara individu berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau H_0 ditolak dan H_1 diterima apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$.
 - 2) Variabel independen secara individu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau H_0 diterima dan H_1 ditolak apabila nilai signifikansi $> 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$

5. Uji Variabel Dominan

Penentuan variabel paling dominan hanya dapat dilakukan jika variabel independen/ bebas lebih dari satu. Keputusan terhadap tujuan ini didasarkan pada perbandingan koefisien regresi yang sudah dinakukan (standardized 50 coefficient) atau dalam output di SPSS disebut dengan koefisien beta. Variabel

dengan koefisien beta paling besar akan mendapatkan status sebagai variabel yang dominan dalam menjelaskan keragaman variabel terikat.