

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Menurut Darmawan (2013/37) Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. Menurut Sugiyono (2017:14) pendekatan penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat dan positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih.

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kabupaten Gresik, Jawa Timur.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah sumber data dalam penelitian yang memiliki jumlah banyak dan luas yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian

ditarik kesimpulannya (Darmawan, 2013:137). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Gresik yang menggunakan transaksi gopay. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui karena setiap masyarakat mempunyai alat transaksi yang berbeda – beda.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi (Darmawan , 2013:138). Dalam penelitian ini sampel diambil dari sebagian populasi. Karena anggota populasinya tidak diketahui secara pasti dan berapa banyak, maka metode penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2017:84). Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi yaitu masyarakat di Gresik yang menggunakan transaksi Gopay.

Sampel yang baik menurut (Sugiono, 2008:57) antara 30-500 responden. Penentuan jumlah minimal sampel dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut (Ferdinand, 2014):

$$\begin{aligned}n &= (25 \times \text{variabel independen}) \\ &= 25 \times 4 \text{ variabel independen} \\ &= 100 \text{ sampel}\end{aligned}$$

dalam penelitian ini sampel yang akan di ambil sebesar 100 responden dari masyarakat di Gresik.

Teknik sampling yang dipilih pada penelitian ini adalah *Accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa

yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat di gunakan sebagai sampel, bila kebetulan dipandang orang itu cocok sebagai sumber data (Darmawan , 2013:138)

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Menurut Sugiyono (2017;137), data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa jawaban responden.

3.5 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dapat dilakukan dengan teknik kuisisioner . yaitu dengan mengedarkan daftar pertanyaan kepada masyarakat yang menggunakan gopay sebagai alat transaksi. Dan untuk menghindari kesalahan dalam pengisian, maka penulis terlebih dahulu menerangkan cara mengisi kuisisioner kepada para responden.

Menurut (Darmawan 2013:160), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti mengetahui dengan siapa variabel akan diukur dan mengetahui apa yang bisa diharapkan dari responden. Adapun tabel mengenai penilaian responden sebagai berikut:

Tabel 3.2
Penilaian Responden

<i>Score</i>	Keterangan
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Cukup Setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Daftar tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Jawaban Sangat Setuju bernilai 5

Jawaban Setuju bernilai 4

Jawaban Cukup Setuju bernilai 3

Jawaban Tidak Setuju bernilai 2

Jawaban Sangat Tidak Setuju bernilai 1

3.6 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional digunakan untuk memahami lebih mendalam mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini baik berdasarkan teori atau pengalaman-pengalaman empiris (Sugiyono 2017;149). Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Variabel independen (X) merupakan variabel bebas yang mempengaruhi variabel dependen (Y). Variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, diantaranya adalah:

1.) Fitur Produk (X_1) adalah persepsi responden terhadap kesesuaian fitur yang diterima. Adapun indikatornya menurut Kotler dan Keller (2015;8) adalah sebagai berikut:

1. Keragaman fitur.
2. Fitur sesuai dengan harapan.
3. Keunggulan fitur.

2.) Nama Merek (X_2) adalah persepsi responden terhadap nama merek produk dan daya tarik pada produk. Adapun indikatornya menurut Jean-Noel Kapferer (2008;11) adalah:

1. Pengetahuan terhadap merek.

2. Daya tarik merek.
 3. Kesan pada merek.
- 3.) Pengaruh Sosial (X_3) adalah persepsi responden terhadap perubahan sikap yang dialami dari dampak lingkungan sosialnya. Adapun indikatornya menurut Kotler dan Keller (2015;170) adalah sebagai berikut:
1. Pengaruh dari keluarga.
 2. Pengaruh dari kelompok atau komunitas.
 3. Pengaruh media masa lingkungan sekitarnya.
- 4.) Kualitas produk (X_4) adalah persepsi responden terhadap kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya. Adapun indikatornya menurut Kotler dan Amstrong (2008:283), yaitu:
1. Kemudahan dalam penggunaan.
 2. Keefektifan produk.
 3. Keamanan produk
2. Variabel dependen (y) merupakan variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel independen (x). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu, keputusan pembelian (y) merupakan persepsi konsumen tentang proses keputusan yang diambil konsumen dalam suatu pembelian dari mulai pencarian informasi, pertimbangan pada atribut produk, hingga keputusan pembelian pada sebuah produk. Adapun indikatornya menurut Kotler dan Keller (2015;184) yaitu:
1. Keinginan untuk menggunakan produk.
 2. Ketertarikan pada produk.
 3. Pembelian ulang.

3.7 Pengukuran Sumber Data

Pengukuran dari setiap variabel dilakukan dengan menggunakan alat bantu kuesioner yang diisi oleh responden yang terpilih. Berdasarkan jawaban dari responden tersebut akan diperoleh data-data mengenai pengaruh variabel bebas yang terdiri dari, Fitur Produk (X_1), Nama Merek (X_2), dan Pengaruh Sosial (X_3), Kualitas (X_4) terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y) menggunakan gopay. Adapun metode pemberian nilai (*scoring*), serta menggunakan skala likert terhadap responden sebagai suatu alat kuesioner dengan menyediakan jawaban untuk dipilih sekaligus memberikan nilai dari setiap jawaban yang akan dipilih.

3.8 Uji Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2015:172) validitas merupakan instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali 2018:51). Hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terdapat pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sample dan α 0,05. Jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dikatakan valid.

r tabel didapat dari taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan derajat bebas atau *degree of freedom* (df) menggunakan rumus berikut :

$$df = n - 2$$

Keterangan :

n = jumlah sampel
2 = *two tail test*

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45) Uji Reliabilitas atau uji kehandalan adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Oleh karena itu kita perlu menilai seberapa jauh “goodness” pengukur yang dikembangkan. Jadi kita perlu memastikan bahwa instrumen yang akan mengukur variabel apa yang hendak kita ukur dan mengukurnya secara akurat.

Menurut Sujarweni (2014;193) uji reliabilitas dapat dilakukan bersama sama terhadap seluruh butir atau item pertanyaan dalam angket (kuesioner) penelitian. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji realibilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbanc'h alpha* > 0,60 maka kuesioner atau angket dinyatakan reliable atau konsisten.
2. Jika nilai *Cronbanc'h alpha* < 0,60 maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliable atau tidak konsisten.

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis non parametik *Kolmogrov Smirnov*, pemilihan analisis ini meminimalisir terjadinya kesalahan jika dibandingkan analisis grafik. Uji normalitas dinyatakan normal apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Uji yang dilakukan untuk melihat normalitas adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (Ghazali, 2018;160).

3.9.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain sehingga suatu model dapat dikatakan baik jika dalam model tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas. (Ghazali,2018;139).

Uji statistik yang dipilih peneliti adalah uji Glejser, dasar pengambilan uji heteroskedastisitas adalah melalui uji glejser, sebagai berikut:

1. Apabila sig. 2-tailed $< \alpha = 0.05$, maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Apabila sig. 2-tailed $> \alpha = 0.05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.9.3 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2018;105), uji multikolinearitas adalah digunakan untuk menguji model regresi apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi variabel satu dengan yang lain. Maka dari itu untuk mengetahuinya dapat dilihat pada hasil pengolahan SPSS dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF.

1. Apabila nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≥ 10 menunjukkan adanya multikolinearitas.
2. Jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≤ 10 menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas.

3.10 Teknik Analisis Data

1. Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi berganda menunjukkan arah hubungan variabel independen yaitu Fitur Produk (X_1), Nama Merek (X_2), Pengaruh Sosial (X_3), Kualitas (X_4) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y	= Keputusan Pembelian
α	= Konstanta
$b_1 - b_5$	= Koefisien regresi
X_1	= Fitur Produk
X_2	= Nama Merek
X_3	= Pegaaruh Sosial
X_4	= Kualitas Produk
e	= Standar eror

3.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan menjelaskan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 atau r^2 berada di antara 0 dan 1 yang mempunyai arti yaitu bila R^2 atau $r^2 = 1$, artinya menunjukkan variabel bebas mampu menjelaskan variable terikat 100% dan pendekatan model yang digunakan adalah tepat. Bila R^2 atau $r^2 = 0$, artinya

menunjukkan bahwa variabel bebas tidak mampu menjelaskan *variable terikat*. Semakin tinggi nilai R² atau r² dan atau semakin mendekati 1, maka semakin baik model yang digunakan (Ghazali, 2018;100).

3.12 Uji Hipotesis (Uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu dengan membandingkan t tabel dan t hitung. Masing-masing t hasil perhitungan ini kemudian dibandingkan dengan t tabel yang diperoleh dengan menggunakan taraf kesalahan 0,05.

Berikut ini rumus uji t secara parsial sebagai berikut:

$$t_{hitung} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Sumber: Sugiyono, 2013:250)

Keterangan :

r : koefisien korelasi
n : jumlah data

Pengujian secara parsial untuk melihat pengaruh masing-masing variabel sebab terhadap variabel akibat. Untuk pengujian pengaruh parsial digunakan rumusan hipotesis sebagai berikut :

Ho1 ; $\beta_1 = 0$, fitur produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Ha1 ; $\beta_1 \neq 0$, fitur produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Ho2 ; $\beta_2 = 0$, nama merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Ha2 ; $\beta_2 \neq 0$, nama merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Ho3 ; $\beta_2 = 0$, pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Ha3 ; $\beta_2 \neq 0$, pengaruh sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

H_0 ; $\beta_2 = 0$, kualitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

H_a ; $\beta_2 \neq 0$, kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Uji signifikansi terhadap hipotesis tersebut ditentukan melalui uji t dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. H_0 : ditolak jika $\text{Sig } t \text{ hitung} < \alpha$ (tingkat signifikan yang digunakan)
2. H_0 : diterima jika $\text{Sig } t \text{ hitung} > \alpha$ (tingkat signifikan yang digunakan)

Bila H_0 diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dinilai tidak terdapat pengaruh. Sedangkan penolakan H_0 menunjukkan terdapat pengaruh dari variabel independen secara parsial terhadap suatu variabel dependen.