

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah data penelitian yang berbentuk angka dan yang akan di analisis menggunakan bantuan statistik Sugiyono (2015 ;7). penelitian ini bersifat deduktif yaitu memberikan atau menyajikan keterangan yang dimulai dari suatu pemikiran yang spekulatif tertentu ke arah data yang akan dijelaskan Sugiyono (2015:53). Penelitian kuantitatif adalah penelitian ini berangkat dari data yang telah ada, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjelasan dan berakhir dengan sebuah teori.

Analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan bantuan statistik, statistik disini terdapat dua macam yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Dalam penelitian saat ini menggunakan statistik inferensial yaitu teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya dikenakan untuk populasi. Sugiyono (2015;148-150).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan suatu jargon dari sebuah penelitian. Pada penelitian kuantitatif konsep populasi disebut sebagai subjek penelitian dan unit analisis. Menurut Sugiyono (2017 : 117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek ataupun subyek, Populasi bukan hanya alam tetapi juga obyek serta benda alam lain yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang akan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya dapat ditarik sebuah kesimpulan. Berdasarkan dari

pendapat itu maka dapat disimpulkan bahwa populasi adalah objek atau subjek yang berada dalam satu wilayah topik dari sebuah penelitian dan telah memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan dan berkaitan dengan masalah dalam penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik, dengan jumlah populasi sebanyak 1095. Jumlah ini diambil dari total jumlah keseluruhan Mahasiswa manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik.

3.2.2 Sampel

Konsep sampel dalam sebuah penelitian adalah sebagian kecil yang terdapat dalam anggota populasi yang diambil dengan memperhatikan prosedur yang khusus sehingga dapat mewakili populasi itu secara representatif. Agar apa yang akan dipelajari dari sampel kesimpulannya dapat digunakan untuk populasi. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah sebagian dari Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik yang pernah menggunakan layanan Go-Jek.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian kali ini adalah menggunakan metode *Non Probability sampling*. Menurut Sugiyono (2017 : 84) metode *Non Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi yang akan dijadikan sebagai sampel. Menurut Sugiyono (2017 : 85) *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel yang berasal dari ketidak sengajaan atau siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang tersebut dirasa cocok dan memenuhi kriteria untuk dijadikan sebagai sumber data. Penentuan jumlah sampel yang layak dilakukan dalam penelitian ini menggunakan Rumus Slovin, pada buku Wiratna (2014:16) menjelaskan bahwa Rumus Slovin adalah sebuah rumus untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti. Rumus Slovin dapat

dilihat dalam notasi sebagai berikut:

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

Dimana :

n = jumlah sampel minimal

N = populasi

e = nilai eror margin

penelitian ini memiliki derajat kepercayaan sebesar 95%, maka tingkat kesalahan adalah 5%. Sehingga peneliti menentukan batas minimal sampel yang memenuhi syarat margin of error 5% dengan memasukkan *margin error* ini kedalam formula.

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

$$n = \frac{1095}{1 + 1095 \times 0,05^2}$$

$$n = \frac{1095}{1 + 2,7374}$$

$$n = \frac{1095}{3,7374}$$

$$n = 292$$

Berdasarkan rumus diatas sampel yang diambil sebanyak 292 mahasiswa.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Pada penelitian kali ini, jenis data yang akan digunakan oleh peneliti adalah : Data primer, dimana data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dan dikumpulkan oleh peneliti dari lapangan atau obyek penelitian yang sesuai dengan

variabel yang diteliti kemudian data tersebut diolah. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah jawaban responden atas pernyataan berdasarkan indikator variabel Kualitas Jasa (X1), Harga (X2), Promosi (X3), dan Keputusan Pembelian (Y) yang diajukan kepada responden.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer atau data yang diberikan langsung kepada pengumpul data. Sumber data primer dalam penelitian kali ini diperoleh dari jawaban atas penyebaran kuisisioner yang dibagikan kepada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik.

3.3.2 Sumber Data

Penelitian kali ini memiliki sumber data yang berasal dari jawaban kuisisioner yang telah dibagikan kepada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik.

3.4 Teknik Pengambilan Data

Pengambilan data dalam penelitian ini teknik yang digunakan yaitu dengan cara penyebaran kuisisioner. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab hal ini merupakan pernyataan dari (Sugiyono 2011;199). Data kuisisioner ini akan disebar pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik sesuai dengan permasalahan yang diteliti untuk memperoleh data yang berupa pertanyaan kepada reponden. Mekanisme yang dilakukan dalam pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuisisioner secara *online* (melalui *Google Form*) kepada para responden.

3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.5.1 Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahan presepsi variabel penelitian, berikut ini diberikan

penjelasan mengenai variabel:

1. Keputusan pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk mau atau tidak membeli sebuah produk atau menggunakan sebuah jasa.

Keputusan pembelian juga mempunyai beberapa indikator antara lain:

- a. Pengenalan kebutuhan
- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi alternatif
- d. Keputusan membeli
- e. Perilaku pasca pembelian

2. Kualitas jasa(X1)

Kualitas jasa adalah tingkatan baik dan buruknya jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan penyedia jasa. Keunggulan suatu produk jasa terletak dari keunikan serta kualitas yang ditawarkan. Ada lima indikator kualitas jasa, antara lain:

- a. Bukti Fisik
- b. Keandalan
- c. Ketanggapan
- d. Jaminan danKepastian
- e. Perhatian

3. Harga (X2)

Harga adalah nilai yang harus dikeluarkan oleh konsumen agar mendapatkan suatu barang atau jasa yang diinginkan. Harga juga memiliki beberapa indikator yang harus diperhatikan, antarlain:

- a. Keterjangkauan harga

- b. Kesesuaian harga dengan kualitas jasa
 - c. Daya saing harga
 - d. Kesesuaian harga dengan manfaat
4. Promosi (X3)

Promosi adalah suatu upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut. Adapun indikator dari promosi antara lain:

- a. Daya tarik promosi
- b. Keragaman media
- c. Efektifitas Promosi
- d. Pesan iklan

3.5.2 Pengukuran Variabel

Pengukuran tiap variabel dalam penelitian kali ini dilakukan dengan cara menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2017;93) mengemukakan bahwa skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang sebuah fenomena sosial. Umumnya indikator variabel- variabel tersebut diamati dengan menggunakan kuesioner yang memiliki tujuan untuk mengetahui jawaban responden mengenai pernyataan yang diajukan. Pengukuran tersebut menggunakan skala likert jawaban akan diberi nilai sampai 5.

1. Jika responden menjawab sangat setuju (SS) maka akan diberi nilai 5.
2. Jika responden menjawab setuju (S) maka akan diberi nilai 4.
3. Jika responden menjawab ragu-ragu (RR) maka akan diberi nilai 3.
4. Jika responden menjawab tidak setuju (TS) maka akan diberi nilai 2.
5. Jika responden menjawab sangat tidak setuju (STS) maka akan diberi nilai 1.

3.6 Uji Instrumen

Tujuan dilaksanakannya uji coba adalah didapatnya informasi tentang kualitas instrumen yang telah atau belum memenuhi persyaratan yang digunakan. Menurut Suharsimi Arikunto (2010 : 211), “baik buruknya instrumen akan berpengaruh terhadap benar tidaknya data, sedangkan benar tidaknya data tersebut sangat menentukan bermutu tidaknya hasil dari sebuah penelitian”.

3.6.1 Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya data dari kuesioner yang kita sebar, suatu instrument pengukur dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkap data tentang karakteristik gejala sebuah fenomena yang telah diteliti secara tepat. Uji ini digunakan untuk mengukur validitas dari hasil jawaban kuesioner yang menunjukkan kedalaman pengukuran suatu alat ukur hal ini dikemukakan oleh Ghozali (2013;53). Uji validitas dalam penelitian ini dapat menggunakan SPSS dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid. Sedangkan r_{tabel} didapat dari taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk. Kuesioner ini dikatakan reliable atau handal jika jawaban dari responden terhadap pernyataan adalah konsisten. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian kali ini menggunakan pengukuran sekali saja atau *one shot*. Dimana pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban dari setiap pertanyaan. Sujarweni (2014)

menyatakan dasar dari pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas yakni sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten.
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Sebelum mengetahui hasil analisis penelitian, maka diperlukannya untuk menganalisis apakah regresi linier berganda cukup handal dan kuat dipakai untuk di prediksi, dengan ini perlu dilakukan uji asumsi klasik.

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk dapat melihat apakah sebuah data berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan analisis non parametik kolmogrov smirnov, pemilihan analisis ini bisa meminimalisir terjadinya kesalahan jika dibandingkan dengan analisis grafik. Uji normalitas dapat dikatakan normal jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Jika yang dilakukan untuk melihat normalitasnya yaitu menggunakan uji kolmogrov smirnov (Ghozali,2013;160).

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2013;105) mengemukakan bahwa uji multikolinearitas yaitu digunakan untuk menguji model regresi apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi varibel satu dengan yang lainnya. Maka dari itu untuk mengetahuinya dapat dilihat pada hasil

pengolahan SPSS dengan melihat tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor).

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

3.7.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui penyimpangan yang berupa adanya ketidaksamaan antar varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka itu disebut homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Terdapat beberapa metode pengujian yang dapat digunakan yaitu Uji Park, Uji Glejser, melihat Pola Grafik Regresi, dan Uji Koefisien Korelasi Spearman. Dalam penelitian ini digunakan Uji Glejser dengan meregresikan masing-masing variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Kriteria pengambilan keputusan adalah signifikansi dari variabel bebas lebih besar dari 0,05 (5%), yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011: 139).

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini akan dianalisis dengan bantuan software SPSS pada regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = keputusan Pembelian

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien arah regresi X1 =

kualitas Jasa

X2 = Harga X3 =

Promosi

3.9 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat prosentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya untuk mengukur seberapa besar variabel independen akan mampu menjelaskan variabel dependennya, sedangkan sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

Besarnya nilai koefisien R^2 adalah diantara nol dan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen. Sedangkan jika koefisien determinasi mendekati 1, maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menjelaskan variasi variabel independen terhadap variabel terikat. Untuk menghindari terjadinya bias, maka digunakan nilai Adjusted R^2 , karena Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan dalam model. Nilai yang mendekati angka 1 berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk meprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011:97).

3.10 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis memanfaatkan uji parsial atau uji t ini digunakan untuk menguji apakah setiap variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016 : 64). Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut: $H_0; \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 =$

0, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas yaitu kualitas jasa, harga, dan promosi terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

$H_1; \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 \neq 0$. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas yaitu kualitas jasa, harga dan promosi terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

Kriteria pengambilan keputusan pada uji-t ini dengan derajat kepercayaan 5% adalah;

1. Jika signifikansi $t < 0.05$, maka H_0 ditolak H_1 diterima
2. Jika signifikansi $t > 0.05$, maka H_0 diterima H_1 ditolak.

