

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif atau sebab akibat. Tujuan yang ingin dicapai pada pendekatan kuantitatif ini adalah mencari pengaruh dari suatu variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2012;36). Penelitian ini menggunakan data yang terukur, menggunakan metode (alat uji) statistik untuk perhitungan data dan akan menghasilkan suatu kesimpulan. Penelitian kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan atau skoring (Sugiyono, 2015:23).

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di tiga Kecamatan yang ada di Gresik yaitu Kecamatan Gresik, Kecamatan Kebomas, dan Kecamatan Manyar.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2010;55). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pengguna aplikasi ojek

daring Gojek di Kecamatan Gresik, Kecamatan Kebomas, dan Kecamatan Manyar yang ada di Kabupaten Gresik

3.3.2 Sampel

Sampel didefinisikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiono,2005;57). Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *non probability sampling*, yaitu teknik sampling yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen pengguna jasa Go-Jek Go-Ride di Gresik. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel didalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan teknik penelitian sampel berdasarkan kebetulan (Sugiyono,2012;83), dengan memilih responden dengan cara mendatangi responden kemudian memilih calon responden yang ditemui secara kebetulan. Jumlah anggota populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti, dalam penentuan sampel jika populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui menurut Rao Purba (dalam Kharis, 2011:50) digunakan rumus berikut ini:

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel.

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe = *Margin of Error Max*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau diinginkan.

Dengan demikian *margin of error max* sebesar 10%, maka jumlah minimal yang dapat diambil sebesar :

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2}$$

$$n = \frac{1,96}{4 (0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan diperoleh jumlah sampel minimal yang harus dipenuhi sebanyak 96,04 responden, dibulatkan menjadi 96 responden.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini, jenis dan sumber data yang dipakai oleh peneliti adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan cara memberikan kuesioner (daftar pertanyaan) kepada responden, yaitu konsumen pengguna aplikasi gojek di Kecamatan Gresik, Kecamatan Kebomas, dan Kecamatan Manyar yang ada di Kabupaten Gresik

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode teknik pengumpulan data kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2010;199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawabnya. Responden adalah orang yang akan diteliti (sampel). Kuesioner yang berupa pertanyaan disebar kepada responden sesuai dengan

permasalahan yang diteliti untuk memperoleh data yang berupa pernyataan responden. Mekanisme pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner secara langsung kepada para responden.

3.6 Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel perlu dilakukan untuk memberikan gambaran dan acuan dalam penelitian. Berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan, variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel independen merupakan tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain, variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga dan promosi penjualan.
2. Variabel dependen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel terkait dalam penelitian ini adalah keputusan penggunaan aplikasi gojek oleh konsumen.

3.7 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan member arti atau menspesifikasi kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Pengertian operasional ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi:

1. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

a. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas Pelayanan adalah persepsi responden mengenai kesesuaian layanan yang diberikan oleh Gojek dengan harapan responden.

Indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2008;281) bahwa terdapat lima dimensi utama sesuai derajat kepentingan relatifnya yaitu:

- 1) *Reability* (kehandalan), yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 2) *Responsiveness* (daya tangkap), yaitu keinginan para *driver* untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan yang tanggap.
- 3) *Assurance* (jaminan), yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dimiliki *driver*, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- 4) *Empathy* (perhatian), yaitu meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para konsumen.
- 5) *Tangibles* (bukti fisik), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan para *driver* dan sarana komunikasi.

b. Harga (X2)

Harga adalah pendapat responden terhadap harga yang ditawarkan oleh Gojek.

Variabel ini diukur melalui indikator Stanton (Rosvita, 2010;24):

- 1) Keterjangkauan harga.
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

- 3) Daya saing harga.
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat.

c. Promosi Penjualan (X3)

Promosi penjualan adalah pendapat responden terhadap promosi penjualan yang dilakukan oleh PT. Gojek Indonesia.

Variabel ini diukur melalui indikator:

- 1) Potongan harga (diskon)
- 2) Hadiah akumulasi poin
- 3) Bonus
- 4) Promosi silang

2. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y) yaitu pendapat responden tentang alasan yang digunakan dalam melakukan keputusan penggunaan aplikasi Gojek.

Dalam penelitian ini dapat diukur dengan indikator:

- 1) Pencarian informasi tentang produk jasa
- 2) Keyakinan memilih menggunakan jasa
- 3) Memilih berdasarkan brand merek
- 4) Memutuskan penggunaan produk kembali
- 5) Memberikan rekomendasi kepada orang lain

3.8. Teknik Pengukuran Instrumen

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2008:132) dengan skala likert maka variabel yang akan

diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pengukuran ini dapat dilakukan dengan member skala pada masing-masing point jawaban sebagai berikut:

1. SS adalah jawaban Sangat Setuju diberi skor 5
2. S adalah jawaban Setuju diberi skor 4
3. CS adalah jawaban Cukup Setuju diberi skor 3
4. TS adalah jawaban Tidak Setuju diberi skor 2
5. STS adalah jawaban Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

3.9 Uji Instrumen

Ada dua syarat yang berlaku untuk sebuah kuesioner yaitu valid dan reabelnya instrument yang ada dalam kuesioner tersebut, untuk itu perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

3.9.1 Uji Validitas Data

Untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner dengan menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan metode *Product Moment Pearson Correlation*. Untuk mengetahui apakah suatu item valid atau gugur maka dilakukan perbandingan antara koefisien r hitung dengan koefisien r tabel untuk *degree of freedom* $(df) = (n-k)$ dengan taraf signifikan 5%. Data dinyatakan valid jika nilai r-hitung yang merupakan nilai dari *Corrected Item-Total Correlation* > dari r-tabel pada signifikansi 0.05 (5%) (Ghazali,2005;45).

3.9.2 Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya dan memberikan hasil yang relatif dan tidak berbeda apabila dilakukan kembali kepada subyek yang sama. Kuesioner dikatakan reliabel jika nilai dari *Alpha Cronbach's* diatas 0,6 (Nunnally,1960 dalam Ghozali 2005:41).

3.10 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan regresi, dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu untuk menghasilkan nilai parameter penduga. Cara yang digunakan untuk menguji gejala penyimpangan asumsi klasik dijelaskan sebagai berikut (Ghozali,2013:159).

3.10.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk melihat bahwa suatu data terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogrov Smirnov, nilai kolmogrov smirnov lebih besar 0,05 maka data terdistribusi normal.

3.19.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi anta variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2013: 105).

Metode yang digunakan untuk menguji adanya multikolinieritas ini dapat dilihat dari VIF (*Varian Inflation Factor*) dari masing-masing variabel.

Ho : tidak terjadi multikolinieritas antar variabel-variabel bebas.

Ha : terjadi multikolinieritas antar variabel-variabel bebas.

Dengan kriteria pengujian hipotesis sebagai berikut :

1. Jika nilai toleransi $< 0,10$ atau $VIF > 10$ maka terdapat multikolinieritas.
2. Jika nilai toleransi $> 0,10$ atau $VIF < 10$ maka tidak terdapat multikolinieritas
(Ghozali, 2013 :106).

3.10.3 Uji Heterokedastistas

Uji heterokedastistas menguji terjadinya perbedaan *vaiance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lai,atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *stidENZE delete residual* nilai tersebut. Model regresi yang baik adalah homoskedastistas atau tidak lagi terjadi heteroskedastistas (Ghozali,2013:139).

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Glejser, yang dilakukan dengan meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolute residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadai masalah heteroskedastistas.

3.11 Metode Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3 \dots X_n$) dengan variabel dependen (Y). analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan

variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = keputusan penggunaan aplikasi oleh konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X_1 = kualitas pelayanan

X_2 = Harga

X_3 = Promosi penjualan

e = error

3.12 Uji Hipotesis

3.12.1 Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen dan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel yang diuji (Ghazali, 2011: 88). Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut:

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian dirumuskan sebagai berikut:

Ho: $b = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial kualitas pelayanan, harga dan promosi penjualan terhadap keputusan penggunaan aplikasi.

Ha : $b \neq 0$, artinya terdapat pengaruh secara parsial kualitas pelayanan, harga dan promosi penjualan terhadap keputusan penggunaan aplikasi.

Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi:

1. Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka disimpulkan bahwa Ho diterima, sebaliknya Ha ditolak.
2. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak, sebaliknya Ha diterima.

3.12.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada *Model Summary*^b. Jika nilai R^2 . Jika nilai $R^2 = 0$ maka tidak ada sedikitpun presentase pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya $R^2 = 1$ maka presentase pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen. *Adjusted R Square* adalah nilai *R Square* yang telah disesuaikan. Menurut Santoso (2001;67) bahwa untuk regresi dengan lebih dari dua variabel independen digunakan *Adjusted R²* sebagai koefisien determinasi. Sedangkan *Standard Error of the*

Estimate adalah suatu ukuran banyaknya kesalahan model regresi dalam memprediksikan nilai Y (Priyatno,2012:120)