

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sekaran dan Bougie, (2017), kuantitatif merupakan data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan biasanya didapatkan melalui pertanyaan yang sudah disusun. Penelitian ini memilih sampel dari suatu populasi dan memanfaatkan kuesioner sebagai sarana untuk mengumpulkan data. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menjelaskan dan memberikan analisis terhadap variabel-variabel yang telah dirumuskan, yaitu *E-Sales Promotion* (X1), *E-Service Quality*(X2), terhadap keputusan pembelian (Y).

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dilaksanakannya penelitian dengan tujuan memperoleh data-data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi, peneliti akan melakukan penelitian di Kota Malang.

3.3 Populasi,Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi merujuk pada suatu wilayah umum yang mencakup objek atau subjek peneliti. Sugiyono, (2019), menjelaskan bahwa populasi merupakan suatu domain umum yang mencakup objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan yang menggunakan aplikasi ojek online Viuit

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Sugiyono, (2019), mengemukakan bahwa sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam menentukan jumlah sampel dengan populasi yang tidak diketahui peneliti menggunakan rumus ghozali (1997), Karena jumlah pelanggan Viuit tidak diketahui secara pasti, maka agar dapat menghitung jumlah sampel yang representatif, yaitu dengan cara jumlah indikator dikali dengan 5 sampai 10 Ferdinand(2014). Jumlah sampel minimum pada penelitian ini yaitu:

Sampel minimum

= Jumlah indikator x 8

= 16 x 8

= 128 responden

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Ghozali (2017) berpendapat regresi linier berganda bertujuan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 128 responden. Jumlah tersebut telah memenuhi kriteria untuk menggunakan metode analisis regresi linier berganda karena berada dalam rentang 100-200 sampel.

3. Teknik Sampling

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengambilan sampel *non probability* sampling dengan teknik *Purposive Sampling* adalah teknik

penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan menetapkan beberapa kriteria yang harus dipenuhi oleh responden. Karakteristik responden dalam penelitian ini melibatkan:

- a. Pelanggan yang pertama kali menggunakan jasa ojek online Viuit
- b. Pelanggan yang berusia diatas 15-40 thn

Setelah itu, peneliti menyebarkan kuesioner hingga jumlah responden yang diperoleh mencapai jumlah sampel yang dibutuhkan.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sekaran dan Bougie (2017) variabel merupakan apa pun yang dapat membedakan atau mengubah suatu nilai. Dalam penelitian ini terdapat tiga jenis variabel yaitu variabel eksogen, variabel endogen dan variabel mediasi:

1. Variabel Independen

Pendapat Sekaran dan Bougie (2017) tentang variable independen atau variabel bebas adalah variabel yang berpengaruh pada variabel terikat (variabel dependen) dapat secara positif atau negatif. Dalam penelitian ini variabel independen adalah ***E-Service Quality*** dan ***E-Sales Promotion***.

2. Variabel Dependen

Menurut Sekaran dan Bougie (2017) variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Variabel dependen untuk memahami dan mendeskripsikan variabel terikat atau menjelaskan variabelnya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen atau variabel terikat adalah Keputusan Pembelian.

Tabel 3. 1 *Definisi Operasional*

No	Definisi Konsep	Definisi Operasional Variabel	Indikator
1.	Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar – benar membeli dan memutuskan menikmati barang atau jasa diantara berbagai macam alternative Kotler & Amstrong, (2016)	Tahapan konsumen untuk memutuskan menggunakan jasa layanan ojek online viuit	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kemantapan pada sebuah produk atau jasa 2) Kebiasaan dalam membeli produk 3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4) Melakukan pembelian ulang Kotler,(2012)
2.	<i>E-Service Quality</i> merupakan efek lanjutan dari teori <i>service quality</i> atau kualitas layanan yang diberikan melalui sistem online Puriwat dan Tripopsakul (2017),	Aplikasi Ojek online viuit mampu memberikan kualitas pelayanan yang diinginkan pelanggan sehingga pelanggan dapat menikmati jasa yang ditawarkan	<ol style="list-style-type: none"> 1) Efisiensi 2) Reliabilitas 3) Fullfilment 4) Privasi Tjiptono,(2017)
3.	<i>Sales promotion</i> adalah insentif jangka pendek dengan tujuan meningkatkan pembelian atau penjualan produk atau layanan. Philip Kotler & Keller, (2016)	Aplikasi ojek online viuit memberikan voucher potongan harga untuk meningkatkan pembelian penjualan jasa layanan yang diberikan	<ol style="list-style-type: none"> 1) Rebates & discount 2) Coupon 3) cashback 4) undian Kotler dan Amstrong, (2012)

3.5 Data dan Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data primer merujuk pada informasi atau fakta yang dikumpulkan atau dibuat langsung oleh peneliti atau pihak yang melakukan studi untuk tujuan tertentu. Menurut Sugiyono, (2019), data primer adalah sumber informasi yang diperoleh secara langsung dari responden. Metode pengumpulan data primer dapat dilakukan melalui pengisian kuesioner oleh pelanggan ojek online Viuit

b. Sumber Data Sekunder

Data Sekunder adalah informasi yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Data ini bersifat sekunder karena sudah ada sebelumnya untuk tujuan lain dan kemudian digunakan kembali untuk tujuan penelitian atau analisis yang baru. Menurut Sugiyono, (2019), data sekunder adalah informasi yang tidak diperoleh secara langsung oleh pengumpul data, tetapi didapatkan melalui perantara seperti orang lain atau melalui dokumen. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku, internet dan lain sebagainya.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini akan dilakukan secara online, adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan kuesioner online. Pengumpulan data kuesioner dilakukan dengan cara memberikan link pada beberapa driver ojek online viuit untuk disebarkan ke konsumen dan menyebarkan melalui Instagram atau whatsapp. Setelah itu, data yang diperoleh dari kuesioner kemudian dikumpulkan dan diolah dengan memberikan bobot penilaian dari setiap pernyataan berdasarkan skala likert.

3.7 Teknik Pengukuran Data

Skala *Likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang dengan karakteristik tertentu terhadap suatu kejadian atau keadaan sosial tertentu Sarjono dkk, (2011). Variabel yang terkait dengan indikator tersebut dijabarkan ke dalam kuesioner yang akan diberikan kepada responden yang kemudian dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun *item-item* pernyataan kepada responden.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan skala *likert* lima titik, dan pada setiap titiknya akan diberikan skor atas jawaban responden.

Tabel 3. 2Pemberian Skor Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Ridwan dan Sunarto (2007)

3.8 Teknik Penskalaan Data

A. Pengukuran Data

a) Kuesioner

Kuesioner juga dikenal dengan istilah angket, kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden yang sudah sesuai dengan persyaratan pengambilan sampel (Sugiyono, 2019). Daftar pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner ini mencakup permasalahan yang berkaitan dengan *E-SALES PROMOTION* dan *E-SERVICE QUALITY* serta keputusan pembelian konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian di aplikasi ojek online viuit. Pengambilan data menggunakan kuesioner yang disebarakan secara *online* dengan media *platform google form*.

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert.

Skala likert merupakan bagian dari skala ordinal yang mempunyai tujuan antara setuju atau ketidak setuju. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi orang (Sugiyono, 2017). Untuk mendeskripsikannya maka peneliti menggunakan rentang skala likert dengan rumus :

$$\begin{aligned}
 RS &= \frac{n(m-1)}{m} \\
 &= \frac{128(5-1)}{5} \\
 &= \frac{128(4)}{5} \\
 &= 102
 \end{aligned}$$

Keterangan :

RS = Rentang Skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban tiap item

Jadi hasil yang diperoleh dari rentang skala adalah 102

Berdasarkan perhitungan rentang skala yang diperoleh, dengan demikian kriterial skala penilaian pada penelitian adalah:

Tabel 3. 3 Rentang Skala Variabel

No.	Skor	Variabel		
		<i>E-Sales Promotion</i>	<i>E-Service Quality</i>	Keputusan Pembelian
1	100-179	Sangat Tidak Menarik	Sangat Tidak Baik	Sangat Rendah
2	180-259	Tidak Menarik	Tidak Baik	Rendah
3	260-339	Netral	Cukup	Netral
4	340-419	Menarik	Baik	Tinggi
5	420-500	Sangat Menarik	Sangat Baik	Sangat Tinggi

Setiap variabel yang ada pada kuesioner akan dianalisis dengan menggunakan analisis rentang skala, dengan menghitung rata-rata setiap variabel. Rata-rata setiap variabel nantinya dapat dideskripsikan kedalam kelas interval yang ada.

B. Teknik Analisis Data

a) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan teknik yang digunakan peneliti guna meramalkan bagaimana kondisi suatu variabel (naik turunnya) variabel terikat, apabila ≥ 2 variabel bebas sebagai faktor prediksi dimanipulasi (diturun naikan nilainya). Jadi analisis regresi linier berganda ini dilakukan apabila memiliki jumlah variabel bebas minimal 2 (Sugiyono, 2017). Seperti dalam penelitian ini yang memiliki tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, karena hal itu regresi linier berganda dinyatakan dalam persamaan

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

Keterangan :

Y = Keputusan

Konstanta = Pembelian

B = Koefisien Regresi

X_1 = *E-Service Quality*

X_2 = *Sales Promotion*

e = *Error*

3.9 Pengujian Instrumen

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data, karena hal itu instrumen yang digunakan penulis yaitu uji validitas dan realibilitas agar kuesioner layak digunakan sebagai sumber data.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan dengan tujuan untuk melihat kondisi data yang digunakan didalam penelitian (Ghozali, 2009). Hal tersebut dilakukan agar peneliti memperoleh model analisis yang tepat, uji asumsi klasik ini sendiri meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini mempunyai tujuan untuk menguji apakah didalam regresi, variabel bebas dan variabel terikat mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila membentuk distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, serta plotting dari data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Untuk menguji apakah data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan dua cara yaitu dengan metode grafik dan metode statistik. Dalam penelitian ini, teknik uji normalitas yang digunakan penulis yaitu

Kolmogorov-Sminov dengan ketentuan apabila nilai signifikan data $> 0,05$ maka dapat terbilang normal sedangkan apabila nilai signifikan data $< 0,05$ maka dapat terbilang tidak normal (Ghozali, 2009).

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari nilai probabilitas (sig) $> 0,05$ maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah didalam model regresi terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas penelitian. Jika tidak terdapat korelasi antar variabel bebas maka model regresi dikatakan baik. Dari nilai toleransi dan nilai kebalikannya yaitu *variance inflation factor* (VIF) dapat diketahui ada tidaknya multikolinearitas. Pada umumnya yang digunakan untuk menunjukkan nilai multikolinearitas adalah $VIF < 10$ artinya tidak terdapat multikolinearitas, jika $VIF > 10$ dapat dikatakan memiliki multikolinearitas pada data (Ghozali, 2018)

3.10 Uji Hipotesis

Setelah data terkumpul, beberapa teknik analisis data kemudian

digunakan untuk mengolah data guna memecahkan masalah yang diteliti. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Teknik tersebut digunakan untuk pengujian Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis teknis dalam penelitian ini akan menggunakan program SPSS. analisis data statistik yang digunakan meliputi:

a. Uji t

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji t, yang dilakukan untuk menguji apakah pengaruh *E-SERVICE QUALITY* (X1), *Sales Promotion* (X2), terhadap keputusan pembelian secara parsial dapat signifikan atau berpengaruh positif. Pengujian dilakukan dengan uji t pada tingkat signifikansi 0,05 dengan ketentuan: hipotesis diterima jika signifikansi nilai $t < 0,05$ dan hipotesis ditolak apabila nilai $t > 0,05$

b. Uji variabel dominan

Uji dominansi digunakan untuk mengetahui variabel mana yang memiliki pengaruh terbesar terhadap variabel terikat. Menurut (S. Suyanto, 2011) untuk menentukan variabel bebas yang paling mempengaruhi nilai variabel terikat dalam model regresi linier berganda, digunakan koefisien β yang disebut koefisien standar. Misalnya nilai koefisien β *E-SERVICE QUALITY* (X1) \geq nilai koefisien β *sales promotion* (X2), dapat dikatakan variabel *E-SERVICE QUALITY* (X1) merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Koefisien beta digunakan

untuk melihat pentingnya masing-masing variabel *independent* secara relatif dan tidak ada multikolinieritas antar variabel dependen (Ghozali, 2011)

