

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan strategi penelitian *assosiatif* yaitu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019: 65). Dalam penelitian ini strategi penelitian *assosiatif* digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri dari Aktivitas ( $X_1$ ), Minat ( $X_2$ ), dan Opini ( $X_3$ ) dengan variabel Y (variabel terikat), yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Strategi penelitian ini menggunakan metode penelitian survei sebagai bagian dari penelitian eksplansi dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian survei dengan pengamatan langsung dan menyebarkan kuisioner yang dilakukan untuk pengambilan data dari sampel, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif serta pengaruh antar variabel penelitian.

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1. Populasi Penelitian**

Menurut Sugiyono (2019: 126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/ subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi umum pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan aplikasi KAI Access di stasiun Gambir dan populasi sasarannya dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi KAI Access di stasiun Gambir, jumlah anggota populasi tidak diketahui.

##### **. 3.2.2. Sampel Penelitian**

Sampel menurut Sugiyono (2019: 127) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik *non probability sampling* yang digunakan untuk pengambilan sampel pada penelitian ini, lebih tepatnya, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *puposive sampling*. Pengertian *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, jumlah anggota sampel ( $n$ ) ditentukan dengan menggunakan rumus *Moe* dengan jumlah populasi berukuran besar dan tidak diketahui (Arikunto, 2013: 49), yaitu:

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2} \quad n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$n = 96,04$  jika dibulatkan menjadi 96

Keterangan :

$n$  = jumlah sampel

$z$  = nilai Z dengan tingkat keyakinan tertentu

*Margin of error max* yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat di toleransi atau diinginkan. Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau  $Z = 1,96$  dan *Moe* sebesar 10%. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 orang responden aplikasi KAI Access.

### 3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei, yaitu teknik pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung berupa opini atau pendapat dari pelanggan yang menggunakan aplikasi KAI Access dengan

menjawab semua pertanyaan yang ada pada kuesioner. Adapun sumber daya yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Google Form

Dalam pengumpulan data, peneliti mengambil data atau informasi yang berhubungan dengan materi penelitian yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online atau elektronik.

2. Riset Lapangan

Riset lapangan ini dilakukan untuk mendapatkan data secara langsung dari perusahaan yang menjadi objek penelitian dengan melalui cara-cara sebagai berikut:

a. Observasi

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung terhadap obyek penelitian yang menjadi sumber data.

b. Kuesioner

Penelitian ini menggunakan Skala Likert, Menurut Sugiyono (2019 : 146) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Seperti Tabel 3.1 dibawah ini:

**Tabel 3.1** Ketentuan Pengukuran Instrumen Penelitian

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RG)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber: Sugiyono (2019: 147)*

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Operasionalisasi variabel merupakan penjabaran dari variabel-variabel penelitian, dimensi, dan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Penelitian ini memiliki variabel independent dan variabel dependen. Menurut (Sugiyono, 2019: 69) variabel independent (bebas), adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sementara itu, variabel dependent (terikat) adalah merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel independent (bebas). Berikut adalah operasionalisasi variabel pada penelitian ini:

- a. Aktivitas (X1), aktivitas adalah tindakan yang nyata seperti menonton suatu medium, berbelanja di toko, atau menceritakan kepada tetangga tentang pelayanan yang baru.
- b. Minat (X2), minat merupakan pengukuran gaya hidup pada minat terdiri dari metode dan media. Tingkat gairah yang disertai dengan perhatian khusus secara terus menerus pada setiap individu melalui sesuatu peristiwa, topik, maupun objek.
- c. Opini (X3), opini merupakan pengukuran gaya hidup pada opini, yaitu terdiri dari budaya, ekonomi, serta produk. Opini merupakan suatu pemikiran seseorang yang diberikan kepada orang lain sebagai suatu respon dalam beberapa situasi.
- d. Keputusan pembelian (Y), merupakan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa setelah sebelumnya kita telah memikirkan tentang layak atau tidaknya membeli produk atau jasa itu dengan mempertimbangkan semua informasi-informasi yang diketahui yang membuat keputusan akhir konsumen ditentukan dalam beberapa komponen dalam memilih satu dari beberapa pilihan alternatif yang tersedia untuk dikonsumsi pribadi.

Variabel-variabel yang diukur dijabarkan ke dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner. Indikator-indikator yang digunakan untuk penyusunan kuesioner penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.2.**  
Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sub Indikator</b>	<b>No Item</b>
Aktivitas (X1)	Menghabiskan waktu	Pertemuan social	1
		Acara ulang	2
		Pekerjaan	3
	Mengunjungi	Mengunjungi keluarga	4
	Menghabiskan waktu di ruangan	Terhubung ke internet	5
		Membaca	Membaca teks online
	Menonton	Membaca artikel dan buku-buku	7
		Variety show	8
	Olahraga	Pertandingan olahraga	9
	Belanja	Belanja online	10
		Belanja offline	11

*Sumber: Dmour et al., (2017)*

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sub Indikator</b>	<b>No</b>
-----------------	------------------	----------------------	-----------

<b>Penelitian</b>			<b>Item</b>
Minat (X2)	Efek komersial	Situs web	12
	Iklan	Tv	13
		Koran	14
		Email	15
	Harga	Harga diskon	16
	Keluarga	Di pengaruhi keluarga	17
	Teknologi	Kecanggihan teknologi	18

*Sumber: Dmour et al., (2017)*

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sub Indikator</b>	<b>No Item</b>
Opini (X3)	Diri sendiri	Muncul ide	19
	Masalah social	Lingkungan masyarakat	20
	Ekonomi	Kondisi ekonomi	21
	Budaya	Nama kereta	22
	Produk	Tiap kelas berbeda perilaku orangnya	23
	Pendidikan	Gaya hidup	24

*Sumber: Dmour et al., (2017)*

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No Item
Keputusan pembeli(Y)	Pilihan produk	Tersedianya banyak kelas	25
		Tersedianya jarak dekat dan jauh	26
	Pilihan merek	Tersedianya berbagai macam nama kereta	27
		Perbedaan setiap kereta dan jamnya	28
	Pilihan penyalur	Terdapat banyak pilihan penyalur	29
	Waktu pembelian	Pembelian dapat dilakukan 24 jam	30
		Tidak ada batasan hari	31
	Jumlah pembelian	Lebih dari satu orang	32

Sumber: Kotler dan Keller (2012: 188)

### 3.5. Metoda Analisis Data

#### 3.5.1. Metode Pengolahan Data

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan komputer menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 26.00 dengan tujuan mendapatkan hasil perhitungan yang akurat dan mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga lebih cepat dan tepat.

Suatu kuesioner atau hipotesis sangat bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *reliability* (tingkat kehandalan) dan *validity* (tingkat kesahan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

### 1. Uji Validitas

Pengertian validitas menurut Sugiyono (2017:125) adalah Derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Metode yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai korelasi atau rhitung dari variable penelitian dengan nilai rtabel. Syarat minimum suatu item dianggap valid apabila hasilnya sebesar 0,30 atau lebih. Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan dinyatakan valid.
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

### 2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Alat untuk mengukur reabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *koefisien Cronbach Alpha*  $> 0,60$  (Ghozali, 2016:48),

1. Hasil  $\alpha > 0,60 = \text{reliabel atau konsisten.}$
2. Hasil  $\alpha < 0,60 = \text{tidak reliabel atau tidak konsisten.}$

### 3.5.2. Metode Penyajian Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk tabel agar mempermudah dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis.

### 3.5.3. Alat Analisis Statistik Data

Metode analisis statistik data dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien determinasi parsial, koefisien determinasi simultan, pengujian hipotesis parsial dan simultan.

#### 1.5.3.1. Analisis Koefisien Determinasi



Ghozali (2012: 97) menyatakan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi antara nol sampai satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Untuk mengukur variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus:

$$KD = (r_{Y1.23})^2 \times 100\%$$

Dimana:

KD = Koefisien Determinasi

$r^2$  = Kuadrat Koefisien Korelasi

Kriteria untuk koefisien determinasi adalah:

- a. Jika  $kd$  mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* lemah.
- b. Jika  $kd$  mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* kuat.

#### 1. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis ini dapat digunakan dalam suatu penelitian apabila penelitian tersebut terdapat lebih dari satu variabel bebas. Koefisien korelasi parsial digunakan untuk mengetahui hubungan-hubungan variabel bebas tertentu terhadap perubahan variabel terikat. Rumus yang digunakan untuk koefisien determinasi secara parsial sebagai berikut :

- a. Koefisien Determinasi parsial  $X_1$  dengan Y dengan rumus :

$$KD_{Y1.23} = (r_{Y1.23})^2 \times 100\%$$

- b. Koefisien Determinasi parsial  $X_2$  dengan Y dengan rumus :

$$KD_{Y2.31} = (r_{Y2.31})^2 \times 100\%$$

- c. Koefisien Determinasi parsial  $X_3$  dengan Y dengan rumus :

$$KD_{Y3.12} = (r_{Y3.12})^2 \times 100\%$$

Keterangan

$r_{Y1.23}$  = koefisien determinasi parsial antara  $X_1$  dengan  $Y$  ( $X_2, X_3$  konstan)

$r_{Y2.31}$  = koefisien determinasi parsial antara  $X_2$  dengan  $Y$  ( $X_3, X_1$  konstan)

$r_{Y3.12}$  = koefisien determinasi parsial antara  $X_3$  dengan  $Y$  ( $X_1, X_2$  konstan)

## 2. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Analisis ini digunakan untuk mengetahui variabel aktivitas, minat, dan opini dengan keputusan pembelian secara simultan. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh seluruh variabel independen dengan variabel dependen. Rumus yang digunakan untuk koefisien determinasi secara berganda sebagai berikut :

$$KD = (r_{Y123})^2 \times 100\%$$

Keterangan :

$r_{Y123}$  = korelasi antara variabel  $X_1, X_2, X_3$  secara bersama – sama dengan variabel  $Y$ .

## 3. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis ini digunakan untuk mengukur adanya pengaruh antara aktivitas ( $X_1$ ), minat ( $X_2$ ) dan opini ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ), yang mana pengujian hipotesis terhadap  $\rho$  merupakan unsur utama pembentuk koefisien determinasi. Keputusan dari uji hipotesis hampir selalu dibuat berdasarkan pengujian hipotesis nol. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

### 1) Uji Hipotesis Parsial

Untuk menguji pengaruh signifikan antara variabel bebas (aktivitas, minat, dan opini) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) secara parsial. Langkah-langkah pengujian ini adalah sebagai berikut:

#### a. Pengaruh $X_1$ (Aktivitas) terhadap $Y$ (Keputusan Pembelian).

$H_0 : \rho_1 = 0$  (secara parsial tidak terdapat pengaruh antara aktivitas terhadap keputusan pembelian).

$H_a: \rho_1 \neq 0$  (secara parsial terdapat pengaruh antara aktivitas terhadap keputusan pembelian).

b. Pengaruh  $X_2$  (Minat) terhadap Y (Keputusan Pembelian)

$H_0: \rho_2 = 0$  (secara parsial tidak terdapat pengaruh antara minat terhadap keputusan pembelian).

$H_a: \rho_2 \neq 0$  (secara parsial terdapat pengaruh antara minat terhadap keputusan pembelian).

c. Pengaruh  $X_3$  (Opini) terhadap Y (Keputusan Pembelian)

$H_0: \rho_3 = 0$  (secara parsial tidak terdapat pengaruh antara opini terhadap keputusan pembelian).

$H_a: \rho_3 \neq 0$  (secara parsial terdapat pengaruh antara opini terhadap keputusan pembelian).

untuk menguji pengaruh perubahan variabel bebas pada perubahan variabel terikat secara parsial, dilihat dari *significance t* dibandingkan dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) yang digunakan sebesar ( $5\% = 0,05$ ) dengan kriteria :

$H_0$  ditolak, jika *significance t*  $< 0,05$

$H_a$  diterima jika *significance t*  $\geq 0,05$

2) Uji Hipotesis Simultan

$H_0: \rho_1, \rho_2, \rho_3 = 0$  (secara simultan tidak terdapat pengaruh antara Aktivitas, Minat dan Opini terhadap Keputusan Pembelian).

$H_a: \rho_1, \rho_2, \rho_3 \neq 0$  (secara simultan terdapat pengaruh antara Aktivitas, Minat dan Opini terhadap Keputusan Pembelian).

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel terikat secara simultan, dilihat dari nilai *significance F* dibandingkan dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) yang digunakan sebesar ( $5\% = 0,05$ ) untuk menentukan daerah kritis, dengan kriteria:

$H_0$  ditolak, jika *significance F*  $< 0,05$ .

$H_a$  diterima jika *significance F*  $\geq 0,05$