

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

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

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda penelitian deskriptif dan komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Metoda deskriptif adalah metoda yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain (Sugiyono, 2016: 35). Dengan kata lain, penelitian deskriptif adalah penelitian yang hasil akhirnya akan dapat menjelaskan suatu kejadian atau peristiwa yang diteliti oleh peneliti yang akan dijabarkan dengan rinci berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh. Adapun penelitian komparatif adalah penelitian yang membandingkan keadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau dua waktu yang berbeda (Sugiyono, 2016: 36).

Metoda kuantitatif adalah metoda penelitian yang berlandaskan pada sampel filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016: 7).

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

##### **3.2.1. Populasi penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang merupakan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016: 80). Populasi tidak hanya berupa sebuah jumlah mengenai objek atau subjek yang akan diteliti, melainkan didalam populasi terdapat suatu karakteristik tertentu yang harus dimiliki oleh subjek yang akan dijadikan sampel penelitian nantinya.

Populasi yang akan digunakan pada penelitian ini adalah semua orang yang pernah menggunakan jasa layanan pesan antar makanan, baik GoFood ataupun 27

GrabFood. Dengan demikian, dapat diasumsikan responden sudah mengetahui keadaan dan kegunaan dari GoFood dan GrabFood pada aplikasi Gojek dan Grab, sehingga responden yang akan mengisi kuesioner penelitian ini dapat menjawab setiap butir pertanyaan dengan tepat dan sesuai.

### **3.2.2. *Sampling* dan sampel penelitian**

Metoda pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda *convenience sampling*. Metoda ini dipakai peneliti karena dipandang cocok, dapat memudahkan peneliti untuk mendapatkan data primer dan tidak mempertimbangkan tentang pemilihan karakteristik responden yang mewakili populasi sebagai tren tentang pengetahuan.

Dalam penelitian ini penentuan jumlah sampel menggunakan pendekatan yang dikembangkan oleh Roscoe *dalam* Sugiyono (2016: 91) yang menyatakan bahwa:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya : pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.

Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel adalah sebesar 50, diperoleh dari perhitungan 10 dikalikan dengan 5.

4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Berdasarkan pernyataan di atas, karena jumlah variabel pada penelitian ini terdapat sebanyak 7 buah variabel, maka mengacu pada poin nomor 3 menurut pendapat Roscoe berarti anggota sampel yang akan digunakan adalah sebanyak minimal 70 responden. Peneliti memutuskan untuk menggunakan sampel sebanyak 100 responden agar hasil pada penelitian ini lebih baik.

### **3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data**

#### **3.3.1. Jenis data**

##### **1. Data primer**

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung dari sumbernya. Dalam penelitian ini sumber data primer adalah pendapat responden mengenai layanan pesan antar makanan pada GoFood dan GrabFood berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti.

##### **2. Data sekunder**

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh pihak lain dan peneliti merupakan pihak kedua yang menggunakan data tersebut. Data sekunder dalam penelitian ini berisi informasi-informasi yang berkaitan dengan objek penelitian yakni perusahaan Gojek dan Grab. Data tersebut diperoleh dari *website* resmi perusahaan PT Aplikasi Karya Anak Bangsa dan PT Solusi Transportasi Indonesia, artikel-artikel baik jurnal, internet dan kepustakaan lain yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

#### **3.3.2. Metoda pengumpulan data**

##### **1. Pengumpulan data primer**

Untuk memenuhi serangkaian data yang diperlukan untuk penelitian ini, peneliti memakai teknik pengumpulan data berupa kuesioner (Lampiran 1). Kuesioner adalah cara pengumpulan data yang paling utama dalam penelitian ini. Kuesioner akan diberikan langsung kepada responden yang telah memenuhi syarat untuk dijadikan sampel kemudian diminta untuk menjawab butir-butir pertanyaan yang telah tersedia mengenai bauran pemasaran jasa pada GoFood maupun GrabFood. Penyusunan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dilakukan dengan langkah-langkah berikut ini.

Penyusunan kuesioner penelitian disusun secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mengetahui apakah ada perbedaan keputusan pembelian dalam penggunaan layanan GoFood dan GrabFood. Setelah penyusunan selesai tahap selanjutnya adalah membuat daftar pertanyaan berdasarkan indikator dan sub indikator yang diperoleh dari Tabel 3.1.

**Tabel 3.1.** Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Nomor Butir
Bauran Pemasaran Jasa	Produk (X <sub>1</sub> ) Kotler dan Keller (2012: 4)	1) Fitur produk 2) Manfaat jasa 3) Keistimewaan	1 2 3, 4
	Harga (X <sub>2</sub> ) Kotler dan Keller (2012: 67)	1) Harga sesuai jasa yang ditawarkan 2) Potongan harga 3) Kesesuaian harga dengan manfaat	5, 6 7, 8, 9 10
	Lokasi (X <sub>3</sub> ) Kotler dan Keller (2012: 14)	1) Lokasi mudah dijangkau 2) Lokasi yang strategis	11 12
	Promosi (X <sub>4</sub> ) Kotler dan Keller (2012: 204)	1) <i>Advertising</i> 2) <i>Direct marketing</i> 3) <i>Publicity</i>	13 14 15
	Orang (X <sub>5</sub> ) Lovelock dan Wright (2011: 19)	1) Kompetensi pelayanan 2) Penampilan <i>driver</i>	16, 17 18
	Proses (X <sub>6</sub> ) Lovelock dan Wright (2011: 19)	1) Administrasi dan pembayaran 2) Sesuai jadwal yang ditentukan	19, 20 21
	Bukti fisik (X <sub>7</sub> ) Lovelock dan Wright (2011: 20)	1) Fasilitas 2) Kemudahan akses	22, 23 24

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner tertutup dengan menggunakan skala pengukuran interval yaitu model skala Likert. Kuesioner tertutup adalah kuesioner yang disajikan dengan alternatif pilihan jawaban yang disediakan dengan cara memberikan jawaban (X) cakra atau *checklist* (√) pada jawaban yang dipilih responden.

Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban skala *Likert* mempunyai gradasi sangat positif sampai dengan sangat negatif seperti Tabel 3.2 yang berdasarkan skala likert 4 titik (versi modifikasi) dengan menghilangkan pilihan jawaban netral, bobot nilai setiap responden dijumlahkan sehingga diperoleh skor total.

**Tabel 3.2.** Klasifikasi Jawaban Skala Likert

No.	Jawaban Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2016: 93)

Penyebaran kuesioner ditujukan pada 100 responden dengan menggunakan *google form*. Dari target 100 responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti mendapat 130 responden, namun dari 130 responden tersebut setelah melewati penyaringan awal yang memenuhi kriteria hanya sebanyak 100 responden.

Penelitian ini dilakukan untuk mengungkap apakah ada perbedaan keputusan pembelian yang dipertimbangkan dalam penggunaan layanan GoFood dan GrabFood dari variabel produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan bukti fisik dengan menggunakan instrument dengan model *skala likert*. Penggunaan kuesioner dalam penelitian dengan tujuan supaya pernyataan-pernyataan yang diajukan dapat merekam, menggali informasi, dan mengungkap keterangan yang relevan.

Langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah pengujian instrumen penelitian. Pada tahap ini akan dilaksanakan dengan cara membahas mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penyusunan data, membahas mengenai instrumen yang akan dipakai dan langkah langkah penyusunannya.

(1) Uji validitas instrumen penelitian

Menurut Sugiyono (2016: 125) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Valid dapat diartikan bahwa instrument yang digunakan dapat digunakan untuk mengukur apa yang akan diteliti dengan tepat. Hasil dari sebuah penelitian akan dikatakan valid apabila ada keselarasan antara data yang telah didapatkan dengan data yang benar-benar terjadi pada objek yang diteliti.

Agar diketahui butir pertanyaan valid atau tidak dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan butir-butir pertanyaan dengan nilai pertanyaan secara keseluruhan. Dengan kata lain, akan membandingkan

hasil perhitungan  $r_{tabel}$  dengan  $r_{hitung}$ . Apabila hasil  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ), maka dapat dikatakan bahwa kuesioner tersebut valid, tetapi jika angka  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka kuesioner tersebut dikatakan tidak valid. Nilai  $r_{hitung}$  diperoleh dari perhitungan menggunakan *software* SPSS setelah data terkumpul dan diolah.

(2) Uji reliabilitas instrumen penelitian

Menurut Sugiyono (2016: 130) reliabilitas merupakan derajat konsistensi data dalam interval waktu tertentu. Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi jawaban yang telah diberikan oleh responden. Sebuah instrumen yang diuji dapat dikatakan reliabel jika hasil perhitungan Alpha yang didapat dari perhitungan menggunakan *software* SPSS dari data kuesioner yang telah terkumpul lebih besar dari angka 0,60. Jika suatu instrumen telah dikatakan reliabel ini berarti instrumen tersebut telah konsisten dan stabil dari waktu ke waktu dan dapat dikatakan bahwa kuesioner tersebut dapat dipercaya.

2. Pengumpulan data sekunder

Pengumpulan data sekunder pada penelitian ini dilakukan melalui dokumentasi. Dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan melihat atau mencatat laporan yang sudah tersedia. Alasan dokumen dijadikan sebagai data untuk membuktikan penelitian karena dokumen merupakan sumber yang stabil, berguna sebagai bukti untuk pengujian, mempunyai sifat yang alamiah, mudah ditemukan dengan teknik kajian isi untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki. Teknik ini digunakan peneliti untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan dari PT Aplikasi Karya Anak Bangsa dan PT Solusi Transportasi Indonesia.

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel penelitian merupakan batasan pendefinisian dari serangkaian variabel yang digunakan dalam penulisan penelitian, dengan tujuan mengidentifikasi kriteria yang dapat diobservasi serta menunjukkan bahwa suatu konsep atau objek mempunyai lebih dari satu definisi operasional. Jadi operasional variabel merupakan penjelasan tentang variabel-variabel yang

digunakan dalam penelitian tersebut. Dalam penelitian ini terdiri dari beberapa variabel, jumlah variabel pada penelitian ini sebanyak 7 variabel.

1. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide. Dalam penelitian ini, variabel produk diukur dengan indikator : Tingkat keanekaragaman fitur produk jasa yang ditawarkan, tingkat manfaat jasa yang ditawarkan dan keistimewaan jasa yang ditawarkan.

2. Harga

Harga adalah bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Dalam penelitian ini, variabel harga diukur dengan indikator : Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas, tingkat potongan harga yang diberikan penyedia jasa, tingkat kesesuaian harga dengan manfaat.

3. Lokasi

Lokasi adalah bagaimana cara penyaluran produk baik berupa barang atau jasa yang dapat sampai ke tangan konsumen dengan mudah. Dalam penelitian ini, variabel tempat diukur dengan indikator : Tingkat kemudahan dalam menjangkau lokasi jasa dan tingkat lokasi yang strategis.

4. Promosi

Promosi merupakan kegiatan komunikasi antara penjual dan pembeli baik secara langsung atau tidak langsung yang bertujuan memberi penjelasan untuk meyakinkan calon konsumen tentang produk yang akan dijual baik berupa barang dan jasa. Tujuan promosi adalah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen. Dalam penelitian ini, variabel promosi diukur dengan indikator : Tingkat iklan / informasi pada internet (situs resmi) menarik dan jelas, tingkat iklan / informasi pada papan iklan, spanduk dan brosur menarik dan jelas, tingkat penyampaian iklan dan pengenalan produk baik dan jelas.

5. Orang

Orang atau sumber daya manusia adalah *driver* yang berinteraksi secara langsung dengan konsumen dan berbagai kegiatannya yang berkaitan dengan

pelayanan kepada konsumen dari sebelum hingga konsumen melakukan transaksi pembelian. Dalam penelitian ini, variabel orang diukur dengan indikator : Tingkat pelayanan yang tanggap kepada konsumen, tingkat pelayanan yang ramah dan sopan kepada konsumen dan tingkat penampilan *driver* yang rapi dan menarik.

#### 6. Proses

Proses adalah operasional *driver* dari penyedia layanan pesan antar makanan GoFood dan GrabFood dalam menyampaikan produk hingga ke tangan konsumen. Dalam penelitian ini, variabel proses diukur dengan indikator : Tingkat proses administrasi dan pembayaran yang mudah, tingkat proses administrasi dan pembayaran yang cepat dan tingkat proses pengiriman makanan sesuai dengan jadwal.

#### 7. Bukti fisik

Bukti fisik adalah suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Dalam penelitian ini, variabel bukti fisik diukur dengan menggunakan indikator : Tingkat fasilitas yang baik, tingkat kemudahan mengoperasikan aplikasi.

### **3.5. Metoda Analisis Data**

#### **3.5.1. Metoda pengolahan data**

Pengolahan data dalam penelitian ini akan menggunakan *software* SPSS 22.0 for Windows agar mempermudah dan mempercepat peneliti dalam melakukan perhitungan. Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan pengolahan data terlebih dahulu. Tahap pengolahan data dalam penelitian ini meliputi *editing*, *coding*, dan tabulasi (Tanzeh, 2011: 67-68)

##### 1. *Editing*

*Editing* atau pemeriksaan adalah pengecekan atau pengeinjuan kembali data yang telah dikumpulkan untuk mengetahui dan menilai kesesuaian data yang dibutuhkan dan relevansi data yang dikumpulkan untuk bisa diproses lebih lanjut. Hal yang perlu diperhatikan dalam *editing* ini adalah

kelengkapan pengisian kuesioner, keterbacaan tulisan, kesesuaian jawaban, dan relevansi jawaban.

## 2. *Coding*

*Coding* atau pemberian kode adalah pengklasifikasian jawaban yang diberikan responden sesuai dengan macamnya. Dalam tahap *coding* biasanya dilakukan pemberian skor dan simbol pada jawaban responden agar nantinya bisa lebih mempermudah dalam pengolahan data.

## 3. Tabulasi

Tabulasi merupakan langkah lanjut setelah pemeriksaan dan pemberian kode. Dalam tahap ini data disusun dalam bentuk tabel agar lebih mempermudah dalam menganalisis data sesuai dengan tujuan penelitian. Tabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah tabel frekuensi yang dinyatakan dalam persen.

### **3.5.2. Metoda penyajian data**

Penyajian data yang digunakan dalam penelitian ini dalam bentuk diagram dan tabel agar mempermudah peneliti menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis.

### **3.5.3. Analisis statistik data**

Analisis data deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, perhitungan modus, median, mean, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase. (Sugiyono, 2016: 207-208).

Penelitian ini menggunakan analisis diskriminan sebagai statistik data. Analisis diskriminan dapat digunakan untuk mengetahui variabel-variabel penciri yang membedakan kelompok populasi yang ada juga dapat digunakan sebagai kriteria pengelompokan. Apabila dua atau lebih populasi telah diukur dalam beberapa karakter, maka dapat dibangun fungsi linier tertentu dari pengukuran itu

dimana fungsi itu merupakan fungsi pembeda (pemisah) terbaik bagi populasi-populasi yang dipelajari dan sering disebut fungsi diskriminan.

Analisis diskriminan pada penelitian ini menggunakan tahap-tahap proses analisis dengan menggunakan analisis diskriminan menurut Widayat (2014: 131) yaitu: “Alat analisis yang dipakai untuk melihat signifikansi perbedaan antara dua kelompok atau lebih dan sekaligus melihat variabel-variabel yang membedakan antar dua kelompok atau lebih tersebut”.

#### 1. Uji hipotesis I

Pengujian terhadap hipotesis I yang menyatakan bahwa variabel bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik. mempunyai perbedaan yang signifikan secara simultan antara GoFood dan GrabFood, dilakukan dengan menggunakan alat pengujian yaitu :

##### (1) Uji Wilks' Lambda

Jika tujuh variabel bauran pemasaran jasa secara simultan mempunyai nilai Wilks' Lambda kecil, nilai *F ratio* besar, dan tingkat signifikansi berada di bawah *level of significance* maksimal 10% maka hipotesis 1 diterima.

Pertanyaan hipotesis pertama sebagai jawaban sementara untuk perumusan masalah kedua dirumuskan ke dalam pernyataan berikut :

$H_0$  : Tidak terdapat perbedaan keputusan pembelian dalam penggunaan layanan GoFood dan GrabFood dari variabel produk, harga, tempat, promosi, orang dan bukti fisik.

$H_1$  : Terdapat perbedaan keputusan pembelian dalam penggunaan layanan GoFood dan GrabFood dari variabel produk, harga, tempat, promosi, orang dan bukti fisik.

Kriteria pengujian hipotesis adalah :  
Menerima  $H_0$ , jika signifikansi  $\geq \alpha$  (= 5%). Dengan demikian, tidak terdapat perbedaan keputusan pembelian dalam penggunaan layanan GoFood dan GrabFood dari variabel produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik.

Menolak  $H_0$ , jika signifikansi  $< \alpha (= 5\%)$ . Dengan demikian, terdapat perbedaan keputusan pembelian dalam penggunaan layanan GoFood dan GrabFood dari variabel produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik.

(2) Koefisien determinan

Koefisien determinasi dihitung dari nilai *Canonical Correlation* (CR) yang dikuadratkan menjadi  $CR^2$ . Nilai  $CR^2$  ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Artinya tujuh variabel yang digunakan secara simultan atau bersama-sama dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian dalam penggunaan layanan GoFood dan GrabFood sebesar nilai  $CR^2$ , sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

2. Uji hipotesis II

Pertanyaan hipotesis dua sebagai jawaban sementara untuk perumusan masalah dua dengan tujuan mengetahui variabel yang paling dominan dalam menentukan keputusan pembelian dalam penggunaan layanan pesan antar makanan GoFood dan GrabFood. Penentuan variabel yang dominan mempergunakan nilai yang diperoleh dari "*standardized coefficient*". Secara relative, predictor yang memiliki "*standardized coefficient*" yang lebih besar menyumbangkan kekuatan perbedaan / diskriminasi (*discriminating power*) atas bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik.

(1) *Test of Equity of Group Means*

Kriteria yang digunakan adalah jika variabel independen tersebut mempunyai nilai *F ratio* lebih besar dibandingkan variabel lainnya dan tingkat signifikansi di bawah *level of significance* maksimal 10%, maka variabel tersebut merupakan variabel yang dominan dalam membedakan keputusan pembelian dalam penggunaan layanan GoFood dan GrabFood.

(2) *Structure Matrix*

Selain *test of equity of group means*, variabel yang dominan juga dapat diketahui dari *Structure Matrix* dimana jika variabel tersebut

mempunyai nilai fungsi paling besar dibandingkan variabel lainnya maka variabel tersebut merupakan variabel yang dominan dalam membedakan keputusan pembelian dalam penggunaan layanan GoFood dan GrabFood.