

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan design penelitiannya. Menurut Sugiyono (2013), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data merupakan instrument penelitian, analisis data bersi fat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian. Adapun penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2012) adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang di teliti atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Arikunto (2013) populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Jadi yang dimaksud populasi adalah individu yang memiliki sifat yang sama walaupun persentase persamaan itu sedikit, atau dengan kata lain seluruh individu yang akan dijadikan sebagai objek penelitian. Menurut Sugiyono (2013) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi bukan hanya orang tapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi karakteristik atau sifat yang di miliki oleh subjek/objek

itu. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan/karyawati PT. Bakrie Pangripta Loka sebanyak 80 orang yang menggunakan Go-Pay. Penelitian ini menetapkan tempat penelitian di PT. Bakrie Pangripta Loka, karena lokasi penelitian tersebut mudah dijangkau dan cukup dekat.

3.2.2 Sampel Penelitian.

Menurut Sugiyono (2014:116) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan sampel penelitian adalah Sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode sensus atau sampel jenuh. Sugiyono (2002:61-63) mengatakan bahwa “sampling jenuh adalah Teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain dari sampel jenuh adalah sensus”. Yang menjadi sampel adalah seluruh populasi karyawan di PT. Bakrie Pangripta Loka Cakung Jakarta Timur sebanyak 80 orang.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama. Dalam hal ini peneliti mengambil data primer yang diperoleh berdasarkan kuesioner yang disebarkan kepada responden, yaitu karyawan yang ada di PT. Bakrie Pangripta Loka . Peneliti juga menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial.

Skala likert digolongkan kedalam skala ordinal. Jamieson (2004) menyatakan bahwa kategori bahwa kategori respon pada skala likert mempunyai tingkatan tetapi jarak diantara kategori tidak dapat dianggap sama, sehingga skala likert adalah kelas skala ordinal. Jika analisis statistik yang digunakan salah, peluang kesimpulan salah juga meningkat.

3.3.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan Teknik survey melalui penyebaran kuisisioner. Menurut Sugiyono (2013) kuisisioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan

cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam melaksanakan metode ini, peneliti akan terjun langsung guna mendapatkan data yang diperlukan karena metode ini memerlukan kontak antara peneliti dengan responden. Kuisisioner berisi pertanyaan yang sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti yaitu keamanan, promosi, dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan penggunaan.. Pada penelitian ini juga dilakukan dengan menggunakan skala likert. Skala likert ini dilakukan melalui tahap-tahap dengan memberikan skala atau bobot dari jawaban responden terhadap pertanyaan / pernyataan yang diberikan. Adapun bobot penilaian untuk setiap pertanyaan / pernyataan yang diajukan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Instrumen Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono (2012)

3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012) mendefinisikan operasional variable adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Objek dalam penelitian ini adalah pengguna Go-Pay pada karyawan/karyawati PT.Bakrie Pangripta Loka Cakung Jakarta Timur. Operasional variable diperlukan untuk menentukan jenis, indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian.

Menurut Arikunto(2016) subjek penelitian adalah memberi batasan subyek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk

variabel penelitian melekat dan yang dipermasalahkan. Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian mempunyai peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian, itulah data tentang variabel yang penelitian amati. Subjek dalam penelitian ini adalah keamanan (X_1), promosi(X_2), dan loyalitas pelanggan (X_3) terhadap keputusan penggunaan (Y). Untuk mengetahui data objek dapat dilihat melalui hasil pengisian kuisioner oleh subjek.

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Item
Keamanan (X_1) <i>Sumber: Raman Arasu Viswanathan A (2011)</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Tidak menyalahkan data pribadi konsumen b. Memberikan penjagaan dan merahasiakan data diri konsumen dari pihak hacker c. Memberikan keyakinan akan jaminan keamanan 	1,2,3
Promosi (X_2) <i>Sumber: Phillip Kotler (2009)</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Promosi penjualan b. Periklanan c. Tenaga d. Kehumasan/public relation e. Pemasaran langsung 	4,5,6,7,8
Loyalitas pelanggan (X_3) <i>Sumber Menurut Kotler & Keller (2006 ; 57)</i>	<ul style="list-style-type: none"> 1. <i>Repeat Purchase</i> (kesetiaan terhadap pembelian produk). 2. <i>Retention</i> (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan) 3. <i>Referalls</i> (merefereasikan secara total esistensi perusahaan) 	9,10,11

Keputusan penggunaan (Y) <i>Sumber Kotler dan Keller (2013:239)</i>	a. kemudahan b. kemanfaatan c. promosi	12,13,14

Sumber: Raman Arasu Viswanathan(2011), Kotler (2009) Kotler dan Keller (2013:239)

3.5 Metode Analisi Data

3.5.1 Uji Instrumen Penelitian

Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuisioner dapat dianggap valid, maka diperlukan uji validitas dan uji realibilitas kuisioner terhadap setiap point pertanyaan yang ada didalam kuisioner.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan tingkat keandalan atau ketepatan suatu alat ukur. Validitas menunjukkan drajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah kuisioner. Untuk mencari validitas, harus mengkorelasikan skor dari setiap pertanyaan dengan skor total seluruh pertanyaan. Jika memiliki koefisien korelasi lebih besar dari 0,3 maka dinyatakan valid tetapi jika koefisien korelasinya dibawah 0,3 mak dinyatakan tidak valid. Dalam mencari korelasi, maka penulis menggunakan rumus person product moment, dengan rumus sebagai berikut.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dilakukan untuk menguji tingkat keakuratan suatu alat ukur pada penelitian dapat diandalkan atau tidak. Uji reliabilitas digunakan terhadap setiap butir pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid. Pengujian reliabilitas instrument dimaksudkan untuk memastikan bahwa

instrument memiliki stabilitas sebagai alat ukur sehingga tingkat kehandalan dapat menghasilkan hasil yang pasti. Jika hasil pengukuran yang dilakukan secara berulang itu relative, maka instrument tersebut dapat dinyatakan memiliki bobot reliabilitas yang baik. Pengujian reliabilitas instrument dilakukan dengan menggunakan Cronbach alpha. Sebuah instrument dinyatakan reliabel jika koefisien cronbqch alpha > 0.60 dan menunjukkan hasil atau kesimpulan yang sama Ketika digunakan berulang kali pada waktu dan dimensi yang berbeda (Sugiyono, 2012).

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mendapatkan parameter estimasi dari model dinamis yang digunakan.

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011: 147) mengatakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distributor normal. Dalam penelitian ini akan digunakan uji normalitas dengan menunjukkan One Sample Kolmogrov – Smirnov (Uji K-S) dengan taraf signifikansi alpha (α) = 5%. Jika tingkat signifikansi lebih besar dari (α) = 5% (0,05) maka data berdistribusi normal. Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari (α) = 5%, maka data tidak terdistribusi normal. Bila data terdistribusi normal maka pengujian statistik yang digunakan adalah pengujian parademik. Jika dalam pengujian ditemukan data yang tidak normal, maka langkah yang harus dilakukan adalah mengubah data yang tidak normal tersebut kedalam bentuk algoritma, sehingga didapat hasil yang terdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013:139) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Jika variance dari residual satu pengamat kepengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data ini mengimpun

data yang mewakili berbagai ukuran. Menurut Ghozali (2013:142) salah satu cara untuk mendekati ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji glejser. Uji glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Hasil probabilitas dikatakan signifikan jika nilai signifikannya diatas tingkat kepercayaan 5%.

3. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2011:91) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika variabel saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai antara korelasi antara sesama variabel independen sama dengan nol.

1. Deteksi multikolinearitas pada suatu model dapat dilihat dari beberapa hal, diantaranya adalah : Besar nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan tolerance.
2. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 (VIF kurang dari 10) dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1 (tolerance lebih dari 10% atau 0,10, maka dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas.
3. Jika *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih dari 10 maka terdapat multikolinearitas.

3.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independent atau dengan kata lain, nilai koefisien determinasi berfungsi sebagai prediksi seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel(X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel(Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara $0 < R^2 < 1$. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali,2011).

1. Koefisien Determinasi Parsial

Besarnya koefisien korelasi (r) masing-masing variabel bebas yang digunakan untuk mengetahui kontribusi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dari nilai partial korelasi pada tabel hasil dari SPSS. Untuk mengetahui kontribusi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

- a. Pengaruh keamanan (X_1) terhadap (Y) keputusan penggunaan dimana X_2 dan X_3 konstan.

$$KD_{y1.23} = (r_{y1.23})^2 \times 100\%$$

$$r_{y1.23} = \frac{r_{y1} - (r_{y2} \cdot r_{y3} \cdot r_{123})}{\sqrt{((1 - (r_{y2})^2) \cdot (1 - (r_{y3})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2))}}$$

- b. Pengaruh promosi (X_2) terhadap (Y) keputusan penggunaan dimana X_1 dan X_3 konstan.

$$KD_{y2.13} = (r_{y2.13})^2 \times 100\%$$

$$r_{y2.13} = \frac{r_{y2} - (r_{y1} \cdot r_{y3} \cdot r_{y123})}{\sqrt{((1 - (r_{y1})^2) \cdot (1 - r_{y3})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2)}}$$

- c. Pengaruh loyalitas pelanggan (X_3) terhadap (Y) keputusan penggunaan dimana X_1 dan X_2 konstan.

$$KD_{y3.12} = (r_{y3.12})^2 \times 100\%$$

$$r_{y3.12} = \frac{r_{y3} - (r_{y1} \cdot r_{y2} \cdot r_{y123})}{\sqrt{((1 - (r_{y1})^2) \cdot (1 - r_{y2})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2)}}$$

2. Koefisien Determinasi Simultan

Hasil dari persentase variabel terikat bisa dijelaskan oleh variabel bebas yang ditunjukkan dengan nilai adjusted R square yang terdapat di tabel model summary setelah data diolah dengan SPSS. Dipilihnya nilai adjusted R square agar menghindari terjadinya bias atau kesalahan dalam pengumpulan data terhadap jumlah variabel independent yang

dimasukan kedalam model. Oleh sebab itu banyak peneliti digunakan nilai adjusted R square pada saat mengevaluasi mana model yang terbaik (Ghozali, 2011).

3.5.4 Uji Hipotesis

1. Uji koefisien korelasi secara parsial atau uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah X_1 (keamanan), X_2 (promosi), dan X_3 (loyalitas pelanggan) berpengaruh secara individu (parsial) terhadap keputusan penggunaan (Y)

a. Merumuskan Hipotesis:

a). pengaruh X_1 (keamanan) terhadap Y (keputusan penggunaan Go-Pay)

$H_0 : \rho_{y1.23} = 0$: Koefisien korelasi populasi antara keamanan dengan keputusan penggunaan Go-Pay tidak signifikan.

$H_a : \rho_{y1.23} \neq 0$: Koefisien korelasi populasi antara kualitas produk dengan keputusan penggunaan Go-Pay signifikan

b.) Pengaruh X_2 (promosi) terhadap Y (Keputusan penggunaan Go-Pay).

$H_0 : \rho_{y2.13} = 0$: Koefisien korelasi populasi antara promosi dengan keputusan penggunaan Go-Pay tidak signifikan.

$H_a : \rho_{y2.13} \neq 0$: Koefisien korelasi populasi antara promosi dengan keputusan penggunaan Go-Pay signifikan.

c.) Pengaruh X_3 (loyalitas pelanggan) terhadap Y (keputusan penggunaan Go-Pay).

$H_0 : \rho_{y3.12} = 0$: Koefisien korelasi populasi antara loyalitas pelanggan dengan keputusan penggunaan Go-Pay tidak signifikan.

$H_a : \rho_{y3.12} \neq 0$: Koefisien korelasi populasi antara loyalitas pelanggan dengan keputusan penggunaan Go-Pay signifikan.

b. Menentukan taraf nyata (a) sebesar 5% (0,05)

c. Kriteria pengujian: H_0 ditolak, jika *Significance t* < 0,05

H_a diterima, jika *Significance t* \geq 0,05

- d. Menghitung nilai Significance t diperoleh dengan perhitungan komputerisasi menggunakan program SPSS versi 25.0.
- e. Kesimpulan.

2. Uji Koefisien Korelasi Secara Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

- a. Merumuskan Hipotesis:
 - a.) Pengaruh X_1 (keamanan), X_2 (promosi), dan X_3 (loyalitas pelanggan) terhadap Y (keputusan penggunaan Go-Pay).
 - $H_0 : \rho_{123} = 0$: Koefisien korelasi populasi antara keamanan, promosi, dan loyalitas pelanggan dengan keputusan penggunaan Go-Pay tidak signifikan.
 - $H_a : \rho_{123} \neq 0$: Koefisien korelasi populasi antara keamanan, promosi, dan loyalitas pelanggan dengan keputusan penggunaan Go-Pay signifikan.
- b. Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05)
- c. Kriteria Pengujian: H_0 ditolak, jika *Significance F* = 0,05

H_a diterima, jika *Significance F* \neq 0,05
- d. Menghitung nilai *significance F* diperoleh dengan perhitungan komputerisasi menggunakan program SPSS versi 25.0.
- e. Kesimpulan.

Jika hasil pengujian hipotesis, baik secara parsial maupun simultan H_0 ditolak dengan kata lain koefisien korelasi populasi signifikan, berarti nilai KD dapat dipakai untuk menjelaskan adanya pengaruh perubahan variabel bebas terhadap variabel terikat.