

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan karakteristik masalah pokok penelitian adalah strategi asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua variabel atau lebih. Dimana dalam penelitian ingin mengetahui daya tarik iklan (X_1) dan citra merek (X_2). Tujuan dari pemakaian asosiatif adalah agar dapat memberikan penjelasan mengenai pengaruh antara daya tarik iklan dan citra merek terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi online Go-ride pada warga RW 06 kelurahan cakung timur.

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Dimana penelitian ini memilih pada analisis kuantitatif. Sugiyono (2018) menyatakan metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Metode survey dipilih untuk mengetahui berada pengaruh daya tarik iklan dan citra merek terhadap keputusan konsumen. Menurut Sugiyono (2018) metode survey adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk di generalisasikan.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Populasi dalam wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang dipelajari dan kemudia ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang memutuskan menggunakan jasa transportasi online Go-Ride dan konsumen yang memutuskan menggunakan jasa transportasi online Go-Ride pada warga RW 06 kelurahan Cakung Timur. Data tersebut bersumber dari warga RW 06 Kelurahan Cakung Timur yang berjumlah 100 orang akan di berikan pada bulan July 2020.

3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik *non probability* sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini. Menurut (sugiyono 2018:136) *non probability* sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Lebih tepatnya menggunakan teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan seperti banyaknya penggunaan dilingkungan tersebut menggunakan transportasi, untuk dapat mentukan jumlah sampel yang akan diteliti, maka menggunakan rumus *Moe*, yaitu:

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

$Z = 1.96$ score pada tingkat signifikan tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%)

Moe = Margin of error, tingkat kesalahan maksimum 10%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

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

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

$n = 96,04$ atau dibulatkan menjadi 100

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden konsumen jasa transportasi online pada warga RW 006 kelurahan cakung timur

3.3. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018) terdapat tiga hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu, kualitas instrumen penelitian, kualitas pengumpulan data dan analisis data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu instrumen yang teruji validitas dan realibilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.

Jenis data yang digunakan penelitian ini menggunakan pengumpulan data primer, data primer yang dimaksud yaitu data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah riset secara khusus, adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa :

1. Kuesioner (Angket)

Sugiyono (2018) menyatakan kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Teknik pengumpulan data ini dilakukan oleh peneliti dengan penyebaran daftar pertanyaan tertulis (angket) kepada konsumen yang menggunakan jasa transportasi online Go-ride pada warga rw 06 kelurahan cakung timur (responden). Pengumpulan data ini didasarkan atas dasar jawaban dan tanggapan responden terhadap pernyataan yang diajukan oleh peneliti.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Sugiyono (2018) menyatakan variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudia ditarik kesimpulannya. Dengan demikian maka penulis akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebah konsep dalam bentuk indikator dalam sebuah kuesioner.

3.4.1. Skala dan Angka Penafsiran

Instrumen dalam penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Maka untuk mengetahui sikap dan persepsi responden. Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2018) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenome sosial. Dalam jawaban setiap item instrumen mempunyai bobot nilai seperti pada tabel 3.1. berikut ini :

Tabel 3.1. Pemberian Skor untuk Jawaban Kuesioner

No.	Pernyataan	Kode	Skor Nilai
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
3	Tidak Setuju	TS	2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2018)

Dengan skala Likert , maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Maka pernyataan tersebut yang nantinya akan dioalah sampai menghasilkan kesimpulan.

Dalam menentukan hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran yang digunakan ini dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengelolah data mentah yang akan hingga mendapatkan hasil akhir, apakah responden sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju atas apa yang ada dalam pernyataan tersebut.

1.4.2. Indikator dan sub indikator antar variabel

Tabel 3.2. Variabel, Indikator, Sub Indikator antar Variabel

Variabel penelitian	Indikator	Sub Indikator	Nomor item
Daya Tarik Iklan di Youtube tentang Jo & jek (X1) (Djaslim 2014)	Activites (kegiatan)	Iklan menarik dan Komunikatif sehingga selalu mengingat iklan tersebut	1
	Interest (minat)	Presepsi konsumen mengenai jasa setelah iklan ditampilkan	2
	Desire (keinginan)	Kepercayaan konsumen akan jasa	3
Citra Merek (X2) dengan logo solve (Kotler dan Keller 2015)	Merek meliki Citra positif	Merek jasa memiliki citra positif di benak konsumen	4
	Merek jasa mudah diingat	Merek mudah dikenali Konsumen	5
	merek memiliki khas dibanding pesaing	Merek jasa lebih unggul dari pesaing	6
Keputusan Pembelian (Y) (Kotler dan Keller 2015)	Keputusan waktu penggunaan	Transaksi pembayaran yang mudah	7
	Keputusan pilihan tanggung jawab	Bertanggung jawab terhadap keluhan konsumen pasca penggunaan jasa	8
	Perilaku pasca penggunaan	Kepuasan dalam memenuhi pelayanan konsumen	9
	Keputusan penggunaan merek	Citra merek yang baik dan kepuasan	10

3.5. Metoda Analisis Data

Data yang terkumpul dari kuesioner, selanjutnya diolah. Untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data, peneliti menggunakan software hasilnya lebih cepat dan tepat. Data disajikan dalam bentuk tabel dengan tujuan agar data mudah dibaca serta dimengerti.

Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode survei menurut Neuman W Lawrence dalam sugiyono (2018) metode penelitian survei adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan kebeberapa orang (yaang disebut responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu obyek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang dengan menggunakan kuisisioner. Kuisisioner sebagai instrument penelitian merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawab oleh responden dikarena masih dengan kondisi pandemi covid-19 maka penyebaran kuisisioner dengan menggunakan sistem online dan offline.

3.5.1. Pengolahan Data

dalam pengolahan data penulis menggunakan komputer yaitu program SPSS (software product and service solution) Ver.22.0. dan hasil analisis data tersebut berupa print out tabel multiple regression. Hal ini dilakukan dengan harapan tidak terjadi tingkat kesalahan yang besar.

3.5.2. Penyajian Data

Setelah data diolah, kemudia diperoleh hasil atau ouput dari operasi penjumlahan, pengakaran, perkalian, pembagian, pengakaran dan pengurangan. Hasil pengolahan data akan disajikan dalam bentuk tabel, agar dapat dibaca dengan mudah dan dapat dipahami.

3.5.3. Pengujian Instrumen Penelitian

1. Uji validitas

Menurut Sugiyono (2018) hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Kalau dalam obyek berwarna merah, sedangkan data yang terkumpul memberikan data berwarna putih maka hasil penelitian tidak valid. Dengan demikian data yang valid adalah (data yang tidak berbeda) antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Dengan rumus :

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \dots\dots\dots (3.2)$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi

$\sum xy$ = Jumlah perkalian nilai variabel x dan y

$\sum X$ = jumlah nilai variabel x

$\sum Y$ = Jumlah nilai variabel y

$\sum X^2$ = jumlah pangkat dari nilai variabel x

$\sum Y^2$ = Jumlah pangkat dari nilai variabel y

N = banyak sampel

Syarat kevaliditasan suatu item adalah ($\alpha = 0,05$) dengan ketentuan yang berlaku dalam korelasi yaitu:

- Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner tersebut valid
- Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018) instrument yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Alat ukur panjang dari karet adalah contoh instrument yang tidak reliabel atau konsisten. Instrumen yang reliabel belum tentu valid, meteran yang putus dibagian ujungnya berkali-kali akan menghasilkan data yang sama (reliabel) tetapi selalu tidak valid. Hal ini disebabkan karena instrument (meteran) tersebut rusak. Reliabel instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrument. Oleh karena itu, walaupun instrument yang valid umumnya reliabel, tetapi pengujian reabilitasnya instrument perlu dilakukan (Sugiyono, 2018). Uji reabilitas dilakukan setelah uji validitas dan uji merupakan pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid. Koefisien reabilitas yang besarnya antara 0,50-0,60. Dalam penelitian ini peneliti memilih 0,6 sebagai koefisien reabilitas. Adapun kriteria dari pengujian

- Apabila nilai koefisien reabilitas $> 0,6$ maka instrument angket dalam bentuk skala secara keseluruhan dinyatakan reliabel atau terpecah
- Apabila nilai koefisien reabilitas $< 0,6$ maka instrumen angket dalam bentuk skala tidak reliabel dan tidak layak digunakan untuk mengumpulkan data.

3.5.4. Analisis Statistik Data

Metoda analisis statistik dapat dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Regresi linier berganda dilakukan untuk melakukan prediksi atau ramalan tentang bagaimana keadaan naik turun suatu variabel terikat dimana dua

atau lebih variabel bebas sebagai suatu faktor prediktor dapat dilakukan sebuah manipulasi (Sugiyono, 2018:299). Jika nilai b positif (+) maka artinya terhadap hubungan yang searah antara variabel bebas dengan variabel terikat dan jika nilai b (-) maka artinya terdapat hubungan yang tidak searah dan berlawanan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berikut ini adalah model persamaan pada regresi linier berganda:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X_1 = Daya Tarik Iklan

X_2 = Citra Merek

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

2. Analisis koefisien determinasi Simultan (R^2)

Menurut Supardi (2017) koefisien determinasi adalah tingkat pengaruh variabel X terhadap variabel Y yang dinyatakan dalam presentasi (%). Presentase diperoleh dengan terlebih dahulu mengkuadratkan koefisien korelasi dikalikan 100% dengan rumus berikut :

$$(KD) = r^2 \times 100 \% \dots\dots\dots (3.3)$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinansi

r^2 = Koefisien kuadrat korelasi ganda

1.5.5. Pengujian Hipotesis

Model regresi linear berganda yang sudah memenuhi syarat asumsi klasik akan digunakan untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F.

1. Pengujian Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersigat konstan.

$$t = \frac{r_p \sqrt{n-3}}{\sqrt{1-r_p^2}} \dots \dots \dots (3.7)$$

Keterangan :

r_p = Korelasi Parsial yang ditemukan

n = Jumlah Sampel

t = t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t tabel

sumber : sugiyono (2018)

Tingkat signifikansi (Sig t) masing – masing variabel independen dengan taraf sig $\alpha = 0,05$. Apabila tingkat signifikansi (Sig t) lebih kecil dari pada $\alpha = 0,05$, Maka hipotesis nya diterima yang artinya variabel independen dengan tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya. Sebaliknya bila tingkat signifikannya (Sig t) lebih besar dari pada $\alpha = 0,05$, Maka hipotesisnya tidak diterima yang artinya variabel independen tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya. Jika dinyatakan secara statistik adalah sebagai berikut :

- a. Hipotesis nol (H_0) yang hendak di uji adalah apakah suatu parameter (β_i) sama dengan nol, atau :

$$H_0 : \beta_i = 0$$

Artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

- b. Hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau :

$$H_a : \beta_i \neq 0$$

Artinya variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian dengan huruf nyata (α) 5% (0,05) adalah :

H_0 ditolak, jika nilai signifikan $F < 0,05$ dan,

H_a diterima, jika nilai signifikan $F \geq 0,05$.

2. Pengujian Simultan (Uji F)

Uji pengaruh simultan (uji F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama – sama atau simultan memengaruhi variabel dependen, rumus yang digunakan untuk dapat mengetahui apakah variabel bebas secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu :

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2/kb}{(R^2)/(n-k-1)} \dots\dots\dots (3.8)$$

Keterangan :

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung

R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

sumber : sugiyono (2018)

dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 22.0 dengan melihat nilai yang tertera pada tabel Anova. Untuk menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F. penelitian tersebut dinyatakan kedalam hipotesis sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$ (tidak ada pengaruh daya tarik iklan, citra merek terhadap keputusan pembelian go-ride pada warga rw 06 kelurahan cakung timur)

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$ (ada pengaruh antara daya tarik iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian oleh warga rw 06 kelurahan cakung timur)

Kriteria pengujian hipotesis :

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya seluruh variabel independen merupakan penjelas terhadap variabel dependen.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a di tolak, artinya seluruh variabel independen bukan merupakan penjelas terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian taraf nyata (α) 5% (0,05)

- a) H_0 ditolak, jika nilai Significance F < 0,05 dan,
- b) H_a diterima, jika nilai Significance F \geq 0,05

