

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH GRAB BIKE**

DI DKI JAKARTA

SKRIPSI

DWI ASTUTI NILA SARI DEWI

11150000583



**PROGRAM STUDI STRATA-1 AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2019

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang mementingkan kedalaman data dan dapat merekam sebanyak-banyaknya dari populasi luas dengan rumus-rumus statistik maupun komputer. Pendekatan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang identik dengan pendekatan deduktif. Pendekatan deduktif merupakan pendekatan yang berasal dari persoalan umum (teori) ke hal yang khusus sehingga penelitian harus ada landasan teori.

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan survei, yaitu kuisioner yang terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang spesifik dengan pertanyaan ataupun pernyataan.

3.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafah positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015)

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif dan verifikatif yang menurut Sugiyono (2015) merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan data atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi, dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan dengan tujuan mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi, dan membuat pertandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi.

3.3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih Grab di Jabodetabek dan penelitian ini dilakukan pada pengguna Grab yang ada di Jabodetabek .

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian diambil kesimpulannya (Sujarweni, 2015).

Populasi dalam penelitian ini merupakan masyarakat infinit atau populasi yang tidak diketahui jumlah populasinya secara pasti. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di Jabodetabek. Sampel adalah kumpulan elemen yang merupakan bagian kecil dari populasi Sampel pada penelitian ini adalah pelanggan atau penggunajasa Grab di Jabodetabek.

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan cara *Accidental sampling*. "*Accidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan /insidental bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Penelitian ini menggunakan *accidental sampling* dikarenakan tidak diketahui berapa banyak jumlah orang yang pernah menggunakan jasa transportasi online berupa Grab Bike di Jabodetabek. Dalam penelitian ini perhitungan sampel penelitian menggunakan rumus (Hair, et al 2015), dimana untuk analisis faktor ukuran sampel yang direkomendasikan adalah tidak kurang dari 50 sampel, dan disarankan ukuran sampel 100 –200 sampel. Penulis menetapkan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak: 5×25 indikator = 125

Berdasarkan perhitungan di atas didapat untuk sampel minimum menggunakan 125 sampel responden. Namun peneliti mengambil responden dengan jumlah 130 sampel untuk

meminimalisir kesalahan pada pengisian kuesioner dan jumlah tersebut 10-20 responden masing-masing mewakili setiap wilayah yang ada di Jabodetabek.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

3.5.1. Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua macam pengumpulan data, yaitu sebagai berikut :

1. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti hasil dari observasi, wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang bisa dilakukan oleh peneliti (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui metode survei dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden.
2. Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat oranglain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2015). Pada penelitian ini data sekunder diperoleh melalui berbagai sumber antara lain buku, jurnal, internet, hasil riset sebelumnya serta sumber informasi lainnya yang dianggap bermanfaat bagi peneliti.

3.6. Operasionalisasi Variabel

Menurut Sanusi (2016) Variabel-variabel benar-benar memiliki makna strategis dalam penelitian sehingga sangatlah tidak mungkin sebuah penelitian dapat diselesaikan dengan baik tanpa mengenali variabel penelitian tersebut secara benar.

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa variabel adalah konstruk atau sifat yang akan dipelajari. Diberikan contoh misalnya, tingkat aspirasi, penghasilan, pendidikan, status sosial, jenis kelamin, golongan gaji, produktivitas kerja, dan lain-lain. Di bagian lain Kerlinger menyatakan bahwa variabel dapat dikatakan sebagai suatu sifat yang diambil dari suatu nilai yang berbeda (different values). Dengan demikian variabel itu merupakan suatu yang bervariasi.

Menurut Sugiyono (2015) variable penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu variabel bebas (Variable Independen) dan variabel terikat (Variable Dependen) .

1) Variabel Independent

Sugiyono (2015) Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel yang mewakili faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam penggunaan transportasi online Grab di Jabodetabek.

a) Variable Harga

Sebuah perusahaan harus berhati-hati dalam menetapkan harga suatu produk karena pada dasarnya seorang pelanggan menukarkan uangnya untuk sebuah produk adalah ingin mendapatkan keuntungan yang setimpal dengan jumlah uang yang dikeluarkannya atau bahkan dengan mengeluarkan biaya seminimal mungkin namun mendapatkan keuntungan atau kepuasan semaksimal mungkin terhadap suatu produk. Untuk mengukur pandangan dan suatu sikap pelanggan maka peneliti menggunakan skala Likert yang dapat menggambarkan persepsi masing-masing konsumen mengenai harga suatu produk.

b) Variable Pelayanan

Pelayanan suatu jasa kerap kali sulit untuk diukur, karena memang karakteristik jasa tersebut bersifat *intangible*. Meski demikian *intangible* suatu jasa tidak dapat dijadikan alasan bahwa jasa tidak memiliki tingkat kepuasan bagi para konsumen. Melalui *Tangibles* (keandalan), *Reability* (Reabilitas), *Responsibility* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *Emphaty* (empati) yang dirancang dalam sebuah angket, maka suatu jasa akan tetap mendapatkan tingkat kepuasan yang berbeda dari para konsumen.

c) Variable Promosi

Promosi Bukanlah sekedar membujuk seorang konsumen untuk tertarik dan membeli suatu produk. Lebih jauh promosi merupakan seperangkat unsur-unsur yang saling berkaitan dalam memasarkan sebuah produk, unsur-unsur tersebut akan dinilai oleh seorang konsumen melalui skala Likert yang menggambarkan bauran promosi dalam sebuah perusahaan.

2) Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2015). Yang menjadi variabel dependen adalah keputusan konsumen dalam penggunaan jasa transportasi online Grab di Jabodetabek (Y). Keputusan pembelian terjadi setelah beberapa proses panjang

yang terjadi. Untuk itu, perlu adanya evaluasi yang harus diperhatikan perusahaan mengenai keputusan yang krusial. Pandangan persepsi dan sikap pelanggan harus dinilai agar terlihat jelas faktor apa yang paling banyak muncul bagin seorang konsumen dalam menerapkan keputusan pembelian. Evaluasi tersebut dilakukan dengan menggunakan skala Likert.

3.7. Metoda Analisis Data

Analisis data penelitian ini meliputi analisis statistic deskriptif, analisis regresi, data panel, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan perhitungan matematis, selanjutnya variabel-variabel yang telah dihitung akan diolah menggunakan *software SPSS (Statistical Program for Social Science) for windows 26.0 version* untuk menghasilkan perhitungan yang menunjukkan peparuh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam suatu penelitian ilmiah terdapat dua jenis penelitian, yaitu penelitian kuantitaif dan penelitian kualitatif.

3.7.1. Analisis Statistik Kuantitatif

Menurut sugiyono (2017:8) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Teknik pengumpulan data menggunakan instrument metode penelitian kuantitatif.

1. Statistik Deskriptif

Analisis ini memiliki tujuan untuk menjelaskan dan menggambarkan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Beberapa ukuran deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan penelitian adalah frekuensi, rata-rata, minimal, maksimal, strandar deviasi. Menurut Sugiyono (2015) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data degan cara menjelaskan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau

generalisasi. Statistik deskriptif juga memberikan gambaran suatu data yang dapat dilihat dari rata – rata (*mean*), standar deviasi (*standard deviation*), maksimum, dan minimum.

a. Rata-rata (*Mean*)

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n} \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan :

- \bar{x} : *Mean* (Rata – rata)
- $\sum x_i$: Jumlah nilai X ke 1 sampai ke n
- n : Jumlah sampel atau banyak data

b. Standar Deviasi (*Standard Deviation*)

$$S = \sqrt{\frac{\sum (X_i - \bar{x})^2}{(n-1)}} \dots\dots\dots (3.2)$$

Keterangan :

- S = Standar deviasi
- x_i = Nilai x ke 1 sampai ke n
- \bar{x} = Nilai rata – rata
- n = Jumlah sampel

3.7.2 Analisis Data Kualitatif

Menurut sugiyono (2017:8) metode penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, yang dimana penulis merupakan sebagian instrument kunci, dari pengambilan sampel sumber data yang dilakukan dengan cara purposive.

3.8. Uji Instrument Penelitian

3.8.1. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal ketika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, sehingga semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu alat pengukur maka semakin stabil pula alat pengukur tersebut (Ghozali: 2016:53).

Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji Cronboach Alpha (α), Uji reliabilitas instrument menggunakan taraf signifikan 5%. Artinya instrument dapat dikatakan reliabel bila $\alpha > r$ kritis product moment. Reliabilitas $< 0,7$ adalah kurang baik, sedangkan $0,7$ dapat diterima dan diatas $0,7$ adalah baik (Ghozali : 2016:76).

3.8.2. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dinyatakan valid ketika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Sugiyono 2017: 202).

Tingkat validitas dapat diukur dengan melihat pada kolom atau baris total score (Toleransi), kalau pada kolom atau baris tersebut masing-masing total butir pertanyaan menghasilkan tanda bintang, berarti itu signifikan (Bawono, 2010). Nilai korelasi (r) dibandingkan dengan angka kritis dalam tabel korelasi ini digunakan taraf signifikan 5%, apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, atau $Pvalue < \alpha$ maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.

1. Uji Statistik Deskriptif

Pada bagian ini akan disajikan distribusi frekuensi tanggapan responden

terhadap setiap pernyataan yang diberikan beserta nilai persentasenya. Analisis kemudian dilanjutkan dengan membuat pengkategorian terhadap setiap variabel dengan cara mengambil nilai rata-rata skor jawaban pada setiap variabel yang akan diinterpretasikan kepada interval kategori skor ideal yang dihitung sebagai berikut :

Skor Minimum	=	1
Skor Maksimum	=	5
Rentang (R)	=	Maks-Min

	=	$5-1=4$
Banyak Kategori	=	4
Kategori 1	=	(Sangat Buruk/Sangat Rendah)
Kategori 2	=	(Buruk / Rendah / Tidak Setuju)
Kategori 3	=	(Baik/Tinggi)
Kategori 4	=	(Sangat Baik/Sangat Tinggi)
Panjang interval	=	R / K
	=	$3/4=0,75$

3.9. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang bertujuan untuk memperoleh hasil regresi yang dapat dipertanggungjawabkan dan memiliki hasil yang tidak bias. Asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dari uji asumsi klasik ini menurut Ghazali (2016) adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heterokedastitas.

3.9.1. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika diantara variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak sama dengan nol.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF. Semakin kecil nilai *tolerance* dan semakin besar VIF maka semakin mendeteksi terjadinya masalah multikolinearitas. Menurut Priyatno (2015) kriteria uji multikolinearitas sebagai berikut:

- a. Jika nilai matriks korelasi antar dua variabel bebas $> 0,80$ maka diidentifikasi terdapat multikolinearitas.

Jika nilai matriks korelasi antar dua variabel bebas $< 0,80$ maka diidentifikasi tidak terdapat multikolinearitas.

3.9.2. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas Ghazali (2016). Dasar analisis yang digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas menggunakan metode *Glejser Test* adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai probability $\geq 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas yang artinya data tidak homogen dan cukup baik.
- b. Jika nilai probability $\leq 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas yang artinya data homogen dan tidak cukup baik.

3.9.3. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak, nilai residualnya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah mempunyai nilai residual normal atau mendekati normal. Jika distribusi normal maka garis yang menggambarkan data yang sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Menurut Ghazali (2016) pengujian dapat dilakukan dengan cara uji *Jarque Bera* dengan *histogram-normality test*, dengan tingkat signifikansi 5%. Kriteria pengambilan keputusan yaitu:

- a. Jika signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal
- b. Jika signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

3.6.3. Teknik Analisis Data

A. Analisis Linier Berganda

Uji regresi berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Uji regresi berganda digunakan untuk

menganalisa nilai variabel dependen (Y) dengan variabel independen yang lebih dari satu (Bawono, 2010).

Persamaan regresi berganda dapat berupa sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots \dots \dots$$

Dimana:

Y = Keputusan konsumen dalam memilih Grab Bike

a = Konstanta

$\beta_{1,2,3}$ = Koefisien variable

$X_{1,2,3}$ X1 = Harga

X2 = Kualitas Pelayanan

X3 = Promosi

ε = Prediction error

3.7. Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat diamati mengenai koefisien determinasi (R^2), uji kelayakan model (uji F), dan uji hipotesis (uji t).

3.7.1. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013), pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas (harga, kualitas pelayanan, dan promosi) terhadap variabel terikat

(keputusan konsumen dalam memilih Grab Bike) berpengaruh parsial atau terpisah. Untuk melihat apakah pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dapat diketahui dengan melihat probabilitas

signifikansi (Ghozali, 2013). Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$ artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial.

Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial.

3.7.2. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016:96). Hasil dari uji F dapat diketahui dengan cara melihat angka probabilitas signifikan (Ghozali, 2013), yaitu:

Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$ artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

3.7.6 Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Menurut Ghozali (2016) koefisien determinasi R² pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah berkisar antara 0 dan 1. Nilai R² yang kecil maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Apabila nilai determinasi R² semakin mendekati 1 maka semakin baik kemampuan model tersebut dalam menjelaskan variabel dependen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\% \dots \dots (3.4)$$

Keterangan :

Kd : Koefisien determinasi

r^2 : Koefisien korelasi

DAFTAR REFERENSI

- Basuki, et al. 2016. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis : Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS*. PT Rajagrafindo Persada. Depok.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gujarati, D. 2012. *Dasar-dasar Ekonometrika* (Edisi 5). Jakarta: Salemba Empat.
- Hair et al. 2015. *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. Prentice-Hall.
- Priyatno, Duwi. 2015. *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Penerbit Gava Media.
- Sanusi, Anwar. 2016. *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba. Jakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang. 2016. *Analisis Regresi Dan Uji Hipotesis*. Media Pressindo. Yogyakarta.