

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif. Strategi asosiatif adalah strategi penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai pengaruh dari masing-masing variabel. Dalam penelitian ini melihat sejauh mana pengaruh harga (X1), ulasan produk (X2), dan metode pembayaran (X3) yang merupakan variabel bebas keputusan pembelian (Y) merupakan variabel terikat.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiono (2019 : 7) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientific 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.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiono (2019 : 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah konsumen yang

mempunyai pengalaman dalam penggunaan layanan GoRide melalui aplikasi Gojek di Kemayoran Jakarta Pusat yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

3.2.2. Sampling dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiono (2019 : 81) Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling karena sampling yang diambil dengan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi. Adapun kriteria dalam penelitian yaitu konsumen yang mempunyai pengalaman penggunaan layanan GoRide melalui aplikasi Gojek sebanyak 2x dan berdomisili di Jakarta Pusat

Menurut Sugiyono (2019 : 81) sampel penelitian adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karena peneliti tidak mengetahui secara pasti jumlah populasi konsumen yang penggunaan layanan GoRide melalui aplikasi Gojek di Jakarta Pusat, maka peneliti menggunakan rumus Lameshow :

$$n = \frac{Z^2 x P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = sampel

Z = skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = prevalensi *outcome*, data belum didapat maka dipakai 50% = 0,5

d = *sampling error* = 10% = 0,10

$$n = \frac{(1,96)^2 x 0,5 (1 - 0,5)}{(0,10)^2} = 96,04$$

Sehingga dalam penelitian ini menggunakan ukuran sampel minimal 96 responden yang pengguna layanan GoRide melalui aplikasi Gojek di Kemayoran Jakarta Pusat.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

Dalam pada penelitian kali ini jenis data yang diambil adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari responden melalui kuesioner yang disebar secara *online* kepada pelanggan yang mempunyai pengalaman penggunaan layanan GoRide melalui aplikasi Gojek dan berdomisili di Jakarta Pusat. Menurut Sugiono (2019 : 147) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Sementara data sekunder berasal dari buku dan website yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas untuk dapat dijadikan pedoman dalam penelitian.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiono (2019 : 38) variabel penelitian adalah *segala sesuatu yang berbentuk apa saja* yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen yaitu kualitas pelayanan, harga, promosi. Sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan.

Metode pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Skala yang digunakan untuk mengukur adalah skala dengan interval 1 - 5, dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Dalam pengukuran jawaban responden, pengisian kuesioner diukur dengan menggunakan skala *likert*. Pernyataan di berikan skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju, skor 2 untuk jawaban tidak setuju, skor 3 untuk jawaban ragu-ragu, skor 4 untuk jawaban setuju dan skor 5 untuk jawaban sangat setuju.

Variabel yang diukur menjadi indikator-indikator, kemudian indikator tersebut dijadikan tolak ukur untuk menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan ataupun pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 3.1. Indikator variabel

No	Variabel	Indikator	Nomor Butir Pertanyaan
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	1. Realibilitas 2. Responsivitas 3. Jaminan 4. Empati 5. Bukti Fisik	1 – 5
2.	Harga (X2)	1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk 3. Harga sesuai dengan Kemampuan atau Daya Saing 4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat	1 – 4
3.	Promosi (X3)	1. Periklanan 2. Promosi penjualan 3. Penjualan perseorangan 4. Hubungan masyarakat 5. Penjualan langsung	1 – 5
4.	Kepuasan Pelanggan (Y)	1. Re-purchase 2. Menciptakan Word-of-Mouth 3. Menciptakan Citra Merek 4. Menciptakan Keputusan Pembelian pada perusahaan yang sama	1 – 4

Sumber : Tjiptono & Chandra (2017); Kotler dan Armstrong (2016); Kotler dan Armstrong (2012); Kotler (2012)

3.5. Metode Analisis Data

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *Software smartPLS SEM (Partial Least Square – Structural Equation Modeling)*. PLS berkemampuan menjelaskan hubungan antar variabel serta berkemampuan melakukan analisis-*analisis* dalam sekali pengujian. Tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk mengkonfirmasi teori dan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten. Menurut Imam Ghozali (2016 : 417) metode PLS mampu menggambarkan variabel laten (tak terukur langsung) dan diukur menggunakan indikator-indikator. Penulis menggunakan *Partial Least Square* karena penelitian ini merupakan variabel laten yang dapat diukur berdasarkan pada indikator-indikatornya sehingga penulis dapat menganalisis dengan perhitungan yang jelas dan terperinci.

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017) Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Penelitian yang dilakukan pada populasi (tanpa diambil sampel) jelas akan menggunakan statistik deskriptif dalam analisisnya. Tetapi bila penelitian dilakukan pada sampel, maka analisisnya dapat menggunakan statistik deskriptif maupun inferensial. Data tersebut berasal dari jawaban-jawaban responden atas item-item yang terdapat dalam kuesioner dan akan diperoleh dengan cara dikelompokkan dan ditabulasikan kemudian diberi penjelasan.

a. Uji Instrumen

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Dengan demikian jumlah instrumen yang akan di gunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Bila variabel penelitiannya empat, maka jumlah instrumen yang digunakan untuk penelitian juga empat. Instrumen – instrumen penelitian sudah ada yang

dibakukan, tetapi masih ada yang harus dibuat peneliti sendiri. Karena instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan 27 pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala (Sugiyono, 2017).

b. Analisis Partial Least Square (PLS)

PLS (*Partial Least Square*) menggunakan metode *principle component analysis* dalam model pengukuran, yaitu blok ekstraksi varian untuk melihat hubungan indikator dengan konstruk latennya dengan menghitung total varian yang terdiri atas varian umum (*common variance*), varian spesifik (*specific variance*) dan varian error (*error variance*) Sehingga total varian menjadi tinggi.

3.5.1.1 Evaluasi Measurement Model (Merancang Outer Model)

Model Outer juga sering disebut (*measurement model* atau *Outer relation*) mendefinisikan bagaimana dari setiap blok indikator saling berhubungan langsung dengan *variabel laten*. Indikator reflektif dengan blok dapat ditulis persamaannya sebagai berikut, Ghazali (2015):

$$Y = \Lambda Y \eta + \varepsilon + \xi X = \Lambda x$$

Dimana x dan y menjadi indikator atau manifest variabel bagi variabel laten eksogen dan endogen dan η .

Residual yang diukur atas εX dan εX bisa diinterpretasikan menjadi kesalahan pengukuran Ghazali (2015).

a. Convergent Validity

pengujian *Convergent Validity* terdapat dari masing-masing indikator konstruk dan dihitung dengan PLS (*Partial Least Square*) menurut Ghazali (2015) suatu indikator dikatakan reabilitas yang baik jika nilainya lebih besar dari 0.70 sedangkan pada nilai *loading factor* 0.50 sampai 0.60 dapat dianggap cukup. Bersumber pada kriteria ini apabila *loading factor* dibawah 0.50 lalu didrop dari model.

b. Average Variance Extracted (AVE)

Pengujian *average variance extraced* (AVE) adalah setiap konstruk sama korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya didalam model, bahwa dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. Mekan nilai AVE direkomendasikan mesti lebih besar dari 0.50 mempunyai arti bahwa 50% ataupun lebih *variance* dari indikator bisa dijelaskan.

c. Discriminant Validity

Pengujian *Discriminant Validity*, penunjuk *reflektif* maka dinilai pada crossloading antara indikator dengan konstruknya. Indikator dinyatakan *valid* jika mempunyai nilai *loading factor* yang tertinggi kepada konstruk yang dituju dibanding *loading factor* untuk konstruk lain, bahwa konstruk laten memprediksi ukuran dari blok maka mereka lebih baik daripada ukuran dari blok lainnya.

d. Composite Reability

Pengujian *Composite Reability* dipakai untuk menguji realibilitas instrumen didalam suatu model penelitian. Konstruk dapat dinyatakan memiliki reliabilitas yang baik atau kuesioner yang dipakai sebagai alat penelitian dan ini telah konsisten, jika di seluruh variabel nilai *composite reliability* ataupun *cronbach alpha* $\geq 0,70$ Ghozali (2015)

3.5.1.2 Pengujian Model Struktural / Uji Hipotesis (inner model)

Inner model kadang disebut dengan (*linier relation, substantive theory dan structural model*) menggambarkan kaitan antara variabel *laten* yang berdasar pada *substantive theory* Ghozali (2015). Pengujian model struktural dilakukan karena melihat nilai R-square merupakan uji *goodness-fitmodel*. Tahapan pengujian model struktural (uji hipotesis) menggunakan dengan langkah-langkah berikut:

a. R-square

(*R-Square*) digunakan untuk mengukur seberapa banyak variabel endogen dipengaruhi oleh variabel lainnya, hasil *R-square* sebesar 0,67 ke atas untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan pengaruh variabel eksogen (yang mempengaruhi) terhadap variabel endogen (yang dipengaruhi) termasuk dalam kategori baik. Sedangkan jika

hasilnya sebesar 0,33 – 0,67 maka termasuk dalam kategori sedang, dan jika hasilnya sebesar 0,19 – 0,33 maka termasuk dalam kategori lemah.

b. Uji Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis nilai estimasi akan menjadi hubungan jalur model struktural harus signifikan. Nilai yang signifikansi ini bisa diperoleh lewat prosedur bootstrapping. Memandang signifikansi atas hipotesis dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai makna *T-statistic* pada *algorithm bootstrapping report* nilai makna *T-statistic* wajib lebih dari 1,96.

c. Predictive Relevance

Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan bukti bahwa nilai-nilai yang diobservasi sudah direkonstruksi dengan baik dengan demikian model mempunyai relevansi prediktif. Sedang nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan tidak adanya relevansi prediktif.

Nilai q^2 digunakan untuk melihat pengaruh relatif model struktural terhadap pengukuran observasi untuk variabel tergantung laten (variabel laten endogenous).