

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan adalah asosiatif. Menurut Sugiyono (2016: 35) strategin asosiatif adalah strategi yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan ini peneliti diharapkan dapat mengetahui pengaruh masing-masing variabel yaitu antara Iklan (X1), Diskon (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016: 8) menyatakan metode kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel, penggunaan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Penelitian ini menggunakan metode survei untuk mengumpulkan beberapa data-data yang diperlukan dalam penelitian ini. Menurut Waisberg dalam Yusuf (2016: 48) survei merupakan suatu penyelidikan yang sistematis dalam pengumpulan informasi yang berhubungan dengan suatu objek studi, dengan menggunakan kuesioner atau daftar pertanyaan yang telah terstruktur. Koesioner yang dilakukan berupa pernyataan-pernyataan yang terdapat skor masing-masing dengan skala likert.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2015: 117) Populasi merupakan wilayah penyamarataan/generalisasi yang terdiri dari subyek/obyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu serta ditentukan oleh peneliti guna diteliti dan kemudian ditarik sebuah kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang menggunakan fitur *GoFood* pada aplikasi Gojek di wilayah Jakarta timur.

3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Suryani (2017: 192) sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diambil dan digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan.

Menurut Hair dalam Pratita et al, (2018: 498) sampel tidak dapat dianalisis jika kurang dari 50 orang, sampel harus berjumlah minimal 100 orang atau lebih. Didapat 133 orang melalui penyebaran kuesioner dalam kurun waktu 4 hari. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah metode *Purposive Sampling*. Menurut Yuandari dan Rahman (2017: 12) *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel yang samplingnya dipilih berdasarkan pertimbangan agar memperoleh sampling yang memiliki karakteristik yang dikehendaki. Sampel yang digunakan penelitian ini adalah orang-orang yang pernah memesan makanan pada Gofood di wilayah Jakarta timur.

Maka tehnik penentuan sampel dipilih berdasarkan kriteria sebagai berikut :

- Pengguna fitur Gofood pada aplikasi Gojek di wilayah Jakarta timur.
- Pengguna yang pernah memesan makanan pada fitur Gofood minimal 3 kali dalam 1 bulan.

adapun hasil dari penentuan sampel berdasarkan kriteria yaitu :

- Pengguna yang bertempat tinggal di wilayah Jakarta Timur = 133 orang
- Pengguna yang tidak pernah memesan makanan lebih dari 3 kali dalam 1 bulan = 8,3% (11 orang)

Dengan rumus penentuan sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{(1 + N \cdot Moe^2)}$$

Keterangan :

n adalah jumlah sampel, N jumlah populasi, dan Moe merupakan batas kesalahan terbesar atau maksimum (*margin of error maximum*).

$$n = 133 / (1 + 133 \times 0,083^2)$$

= 69,40 (69 orang) sebagai responden pada penelitian ini

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017: 193) Data primer adalah sumber data yang di berikan langsung kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang disebar oleh peneliti kepada para responden.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017: 193) Data sekunder adalah sumber secara tidak langsung memberikan pengumpul data. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui pencarian online dan semua informasi-informasi yang terkait dengan objek penelitian.

3.3.2. Metoda pengumpulan Data

Metoda pengumpulan data pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Kuesioner

Menurut Arikunto (2013: 194) kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Peneliti memberikan pertanyaan-pertanyaan yang disebut angket atau kuisisioner yang dibuat melalui google form dan disebar secara *online* dengan memberikan link google form melalui grup whatsapp, facebook, instagram, line, dan twitter, penyebaran dilakukan selama 4 hari mulai tanggal 14 november 2020 sampai 21 november 2020.

2. Riset Pustaka

peneliti melakukan mengumpulkan beberapa teori yang berkaitan dengan judul penelitian dengan membaca, mempelajari beberapa teori yang ada pada buku-buku perpustakaan dan sumber yang didapat sesuai dengan judul penelitian seperti website, *e-book*, dan jurnal.

3. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara melalui tatap muka secara *daring* dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber melalui *zoom meetings*.

3.4. Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2017: 39) operasional variabel merupakan suatu atribut seseorang atau obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, dan riset pustaka. Kuesioner dalam penelitian ini diukur dengan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang. Dalam skala likert digunakan skor (bobot nilai) yang diberikan terhadap jawaban yang telah disediakan, alternatif jawaban dengan skor nilai yaitu :

- Sangat tidak setuju (skor 1)
- Tidak setuju (skor 2)
- Netral (skor 3)
- Setuju (skor 4)
- Sangat setuju (skor 5)

Variabel pada penelitian ini yaitu Iklan (X1), Diskon (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3), Satu variable terikat (variabel dependen) Kepuasan Pelanggan (Y), dimana variabel-variabel tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1 Indikator Iklan #baru

Variabel	Indikator	Bulir pertanyaan	Skala
Iklan #Baru (X1) Kotlet et al (2019: 119)	• Pemasaran Konten	6	1-6
	• Informasi yang disampaikan	4	7-10
	• Distribusi konten melalui <i>media social</i>	2	11-12

Tabel 3.2 Indikator Diskon

Variabel	Indikator	Bulir Pertanyaan	Skala
Diskon (X2) Kotler (2018: 537)	• Besarnya potongan harga	5	13-17
	• Massa potongan harga	1	18
	• Jenis produk yang mendapatkan harga	4	19-22

Tabel 3.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	Bulir Pertanyaan	Skala
Kualitas Pelayanan(X3) Charles, Joe, & Carl (2019: 216)	• <i>Reliability</i>	2	23-24
	• <i>Responsiveness</i>	4	25-28
	• <i>Assurance</i>	2	29-30
	• <i>Empathy</i>	1	31
	• <i>Tangibles</i>	2	32-33

Tabel 3.4 Indikator Kepuasan Pelanggan

Variabel	Indikator	Bulir Pertanyaan	Skala
Kepuasan Pelanggan (Y) Kotler (2016: 368)	• Kesetiaan terhadap perusahaan	2	34-35
	• Bersedia membayar lebih	4	36-39
	• Merekomendasikan	2	40-41

3.5. Metoda Analisis Data

3.5.1. Pengolahan Data

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan IBM SPSS 26 (*Statistical Package for the Social Sciences*) agar mengolah data statistik dapat dilakukan dengan cepat dan tepat, dan bantuan Microsoft Excel sebagai pengolahan data sebelum pengolahan dilakukan di SPSS.

Penelitian ini menggunakan metode survei. Menurut Yusuf (2014: 48) survei merupakan suatu cara untuk mengumpulkan informasi dari sejumlah besar individu dengan menggunakan kuisioner, interview, atau dengan melalui pos (*by email*) maupun telepon. Instrumen atau alat pengumpulan datanya juga disebut

angket karena berisi sejumlah pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau responden. Peneliti memberikan kuesioner kepada responden yang berisi pernyataan berkaitan dengan topik penelitian. Responden diminta untuk mengisi setiap butir-butir pernyataan dan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia.

3.5.2. Penyajian Data

Penyajian data yang dilakukan dalam bentuk tabel karena perhitungan yang dilakukan menggunakan SPSS yang hasilnya merupakan dari perhitungan yang digunakan dalam penelitian ini, dengan bantuan Microsoft Excel untuk memudahkan dalam memasukan data ke SPSS.

3.5.3. Alat Analisis Statistik Data

3.5.3.1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali,2016: 52). Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan metode Korelasi Pearson, dilakukan dengan cara mengkoreasikan skor item dengan skor total itemnya. Total item skor merupakan jumlah seluruh item pernyataan yang ada pada suatu variabel. Selanjutnya pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r table pada taraf 0,05. Jika r hitung $>$ r table maka item dinyatakan valid sebaliknya jika r hitung $<$ r table maka item dinyatakan tidak valid.

3.5.3.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal-hal yang berkaitan dengan konstruksi-konstruksi pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Menurut Sugiyono (2016: 126) mengatakan uji reliabilitas dilakukan secara bersamaan terhadap butir atau item pertanyaan dalam kuesioner yang terdapat pada penelitian. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila

digunakan akan menghasilkan data yang sama. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel reliability statistics dengan teknik *Cronbach's Alpha*. Pengukuran tingkat reliabilitas dengan kriteria jika alpha atau r hitung :

- 0,8 – 1,0 = reliabilitas baik
- 0,6 – 0,799 = reliabilitas diterima
- Kurang dari 0,6 = reliabilitas kurang baik

3.5.3.3. Uji Normalitas Residual

Menurut Ghazali (2016: 154) Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui masing-masing residusial apakah dapat berdistribusi normal atau tidak. Uji Normalitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak, dengan menggunakan metode *Uji One Sampel Kolmogorov-Smirnov*. Residual berdistribusi normal, jika signifikansi lebih dari 0,05.

3.5.3.4. Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen. Jika terdapat atau terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinieritas, (Ce Gunawan,2018: 133). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Dengan melihat nilai *tolerance* dan *inflation factor* (VIF) pada model regresi, cara mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas dengan melihat nilai (VIF) dan *tolerance* dengan ketentuan, jika nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

3.5.3.5. Uji Korelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya, (Ce Gunawan,2018: 141). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Metode pengujian ini menggunakan uji *Durbin-Waston (DW test)*. Dengan pengambilan keputusan :

- Jika d lebih kecil daripada dL atau lebih besar dari $(4-dL)$, maka hipotesis ditolak, artinya terdapat autokorelasi.
- Jika d terletak antara dua dan $(4-dU)$, maka hipotesis diterima yang berarti tidak ada korelasi.
- Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

3.5.3.6. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier berganda dilakukan untuk melakukan prediksi tentang keadaan naik turun suatu variabel terikat diantara dua atau lebih variabel bebas sebagai predikat dapat dilakukan sebuah manipulasi (Sugiyono, 2016: 227). Melihat signifikansi besarnya probabilitas atau peluang untuk memperoleh kesalahan dalam pengambilan keputusan. Jika pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 artinya peluang memperoleh kesalahan maksimal sebesar 5%. Dengan kata lain, tingkat kepercayaan untuk pengambilan keputusan adalah benar. Dengan persamaan Regresi Linier sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan

A : konstanta

B : koefisien regresi, nilai peningkatan atau penurunan variabel yang didasarkan variabel X

X1: Iklan

X2: Diskon

X3: Kualitas Pelayanan

3.5.3.7. Uji Koefisien Determinasi Simultan (R^2)

Koefisien Determinan dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinan dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel Iklan, Diskon, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Apabila nilai koefisien determinasi dalam model regresi

kecil atau mendekati nol maka semakin kecil pengaruh variabel independen terhadap variabel terikatnya, dan sebaliknya jika nilai koefisien determinasi mendekati 100% maka semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel dependennya. (Purwanto & Sulistyastuti, 2017: 195).

3.6.3.8. Uji Hipotesis menggunakan Uji Koefisien

A. Uji koefisien Parsial (Uji t dan Uji Signifikansi)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial dapat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2012: 236). Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara Iklan, Diskon, dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan. Uji t dilakukan dengan membandingkan hasil nilai signifikansi yaitu 0,05 dan t tabel. Untuk melakukan uji parsial dengan uji t dan uji signifikansi memiliki kriteria pengujian sebagai berikut :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen secara signifikan
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen.

B. Uji Koefisien Anova (Uji F dan Uji Signifikansi)

Uji Koefisien Anova yaitu Uji F dilakukan untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. pengaruh variabel Iklan, Diskon, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan. Untuk memperoleh hasil Uji Koefisien Anova (Uji F) terdapat kriteria sebagai berikut :

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen secara signifikan.

- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan $signifikansi > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen.