

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) metode pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2017), Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Menurut Darmadi (2013:153), Metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian asosiatif, yaitu bertujuan untuk menghubungkan dua variabel atau lebih untuk melihat ada tidaknya pengaruh berdasarkan data primer yang diperoleh secara sistematis. Harga sebagai variabel independen (X1), Periklanan sebagai variabel independen (X2), Kualitas Pelayanan sebagai variabel independen (X3), Keputusan Pengguna Jasa sebagai variabel dependen (Y1). Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian asosiatif.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Handari Nawawi (1983) berpendapat, populasi adalah keseluruhan dari objek penelitian yang terdiri atas manusia, hewan, benda-benda, tumbuh-tumbuhan, peristiwa, gejala-gejala, ataupun nilai tes sebagai sumber data yang mempunyai karakteristik tertentu dalam suatu penelitian yang dilakukan. Jadi, objek dari penelitian ini adalah harga, periklanan, kualitas pelayanan dan keputusan pengguna jasa. Subjek dalam penelitian ini adalah warga yang berdomisili di Perumahan Taman Wisma Asri Bekasi 1. Populasi dalam penelitian ini adalah warga yang berdomisili di Perumahan Taman Wisma Asri Bekasi 1.

3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan menurut Arikunto (2013) berpendapat bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini teknik *non-probability sampling* yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, yaitu dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.

Sampel yang dipakai pada penelitian ini adalah warga yang berdomisili atau bertempat tinggal di perumahan Taman Wisma Asri Bekasi 1 yang berjumlah 397 Kepala Keluarga. Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel dalam penelitian ini diantaranya :

1. Warga Perumahan Taman Wisma Asri Bekasi 1 Bekasi Utara yang berumur diatas 15 tahun.
2. Warga Perumahan Taman Wisma Asri Bekasi 1 yang sudah bertempat tinggal di Taman Wisma Asri Bekasi 1 Bekasi Utara lebih dari 2 Tahun.
3. Warga Perumahan Taman Wisma Asri Bekasi 1 Bekasi Utara yang memiliki aplikasi transportasi *Goride online*.
4. Warga Perumahan Taman Wisma Asri Bekasi 1 yang sudah pernah menggunakan jasa *Goride* lebih dari 3 kali.

Untuk mengambil sampel pada penelitian ini menggunakan rumus metode multivariat diambil dari buku Juliansyah Noor (2014), dimana jumlah sampel adalah 10 sampai dengan 20 kali jumlah variabel, sehingga sampel yang dipakai berjumlah 80 responden.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian.

3.3.2. Metoda Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017) dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dokumentasi dan riset kepustakaan. Metoda pengumpulan data dalam penelitian ini adalah survey dengan menggunakan manual kuesioner, instrument dalam pengumpulan data manual kuesioner yaitu dengan skala *likert*.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2017) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga

memperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan dependen.

Menurut Sugiyono (2017) variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen (bebas) adalah harga (X_1), periklanan (X_2) dan kualitas layanan (X_3).

Menurut Sugiyono (2017) variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (terikat) adalah keputusan pembelian (Y).

Untuk menjelaskan variabel yang diidentifikasi, maka perlu definisi operasional dari masing-masing variabel. Definisi variabel yang diteliti adalah sebagai berikut :

1. Variabel Harga (X_1) Merupakan variabel utama yang menarik minat konsumen untuk membeli produk , dimana variabel harga diukur dengan kesesuaian harga dengan produk yang ditawarkan. Skala pengukuran yang digunakan ialah skala linkert.
2. Variabel Periklanan (X_2) Semakin banyaknya pesaing membuat pelaku bisnis harus memikirkan cara untuk menarik minat pasar, dimana variabel ini diukur dengan informasi yang disampaikan terhadap pelanggan mengenai produk yang ditawarkan serta penciptaan citra perusahaan melalui aktifitas periklanan tersebut. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert.
3. Variabel Kualitas Pelayanan (X_3) Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan public tersebut. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert.

4. Variabel Keputusan Pembelian (Y) Terjadi karena setelah beberapa proses panjang yang terjadi. Untuk itu, perlu adanya evaluasi yang harus diperhatikan perusahaan mengenai keputusan yang krusial tersebut. Pandangan, persepsi dan sikap pelanggan harus dinilai agar terlihat jelas faktor apa yang paling banyak muncul bagi seorang konsumen dalam menetapkan keputusan pembelian. Evaluasi tersebut dilakukan dengan menggunakan skala likert.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Sub Indikator
(X1 Persepsi Harga) Seberapa besar persepsi harga untuk menggunakan jasa <i>Goride</i> (Tjiptono, 2011)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga terjangkau 2. Harga bervariasi 3. Harga yang sesuai dengan kualitas 4. Harga tanpa biaya tambahan 5. Harga bersaing 6. Harga sesuai manfaat
(X2 Periklanan) Satu komunikasi yang digunakan <i>Goride</i> untuk memberikan informasi yang bertujuan untuk merubah sikap dan perilaku konsumen, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menggunakan jasa <i>Goride</i> (Kotler dan Armstrong 2010)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jangkauan periklanan 2. Kualitas penayangan iklan media periklanan 3. Kualitas penyampaian pesan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan sering dijumpai 2. Melakukan potongan harga 3. Menjadi sponsor acara besar 4. Lebih populer 5. Memperoleh informasi aplikasi <i>Goride</i> dari orang lain 6. Citra yang baik
(X3 Pelayanan) Tingkat keunggulan yang dimiliki <i>Goride</i> dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Kotler dan Armstrong 2010)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan dalam melancarkan prosedur pelayanan 2. Ukuran usia operasi dalam kondisi normal 3. Kemampuan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cepat pada saat menjemput 2. Keramahan driver 3. Merespon keluhan konsumen 4. Perusahaan <i>Goride</i> menghukum driver yang tidak menanggapi keluhan konsumen

	memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan akurat.	5. Konsumen merasa lebih tenang karena kualitas jasanya yang telah dijamin perusahaan 6. Pembayaran lebih cepat menggunakan Go-Pay
(Y Keputusan) Keputusan konsumen untuk membeli produk (Tjiptono 2011)	1. Pengenalan kebutuhan 2. Sumber pribadi, komersial dan sumber eksperimental 3. Memilih merek dan kuantitas	1. Inovasi sesuai ekspektasi 2. Tidak kebut-kebutan 3. Fisik kendaraan layak 4. Safety Ridding (Helm, Jaket & Kaca Spion) 5. Driver <i>Goride</i> sangat banyak sehingga memudahkan untuk menggunakan jasanya 6. Melayani konsumen selama 24 Jam

Adapun skala pengukuran variabel dilakukan dengan mengukur variabel harga dan periklanan, dengan menggunakan skala Likert yaitu suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono,2017). Pengukuran variabel dengan skala likert dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.2 Instrumen Skala likert dapat dilihat pada tabel berikut :

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (SJ)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.5. Metoda Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan perhitungan program SPSS 22. Setelah data-data yang diperlukan dalam penelitian ini sudah terkumpul, selanjutnya dilakukan analisis statistik deskriptif, pengujian kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Penjelasan mengenai metode-metode analisis data tersebut adalah sebagai berikut :

3.5.1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendistribusikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum, dijelaskan oleh Sugiyono (2017:29). Dalam penelitian ini, alat analisa yang digunakan adalah *mean, median, dan varians*.

3.5.2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya butir kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut, menurut Ghazali (2013).

Dalam penelitian ini validitas diukur dengan melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Dalam penelitian ini, uji validitas menggunakan bivariate (spearman correlation). Pengujian menggunakan uji dua sisi (two-tailed) dengan taraf signifikansi 5%. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikansi 0,05) maka item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor atau nilai total (dinyatakan valid).
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikansi 0,05) maka item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor atau nilai total (dinyatakan tidak valid).

b. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2013). Suatu kuesioner dapat dikatakan handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai cronbach alpha $> 0,70$, dijelaskan oleh Nunnally (1994) dalam Ghazali (2013).

Tabel 3.3. Uji Kualitas Data

Koefisien reliabilitas	Kriteria
------------------------	----------

> 0,9	Sangat reliabel
0,7 – 0,9	Reliabel
0,4 – 0,7	Cukup reliabel
0,2 – 0,4	Kurang reliabel
< 0,2	Tidak reliabel

Sumber : Ghozali (2013)

3.5.3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan model regresi linear berganda. Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2013). Adapun variabel-variabel independen dalam penelitian ini adalah harga, periklanan dan kualitas harga. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Untuk menguji hipotesis dari variabel-variabel tersebut digunakan rumus persamaan regresi sebagai berikut :

Pada penelitian ini, uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji signifikan parameter individual (uji statistik t) dan uji signifikan simultan (uji statistik F)

3.5.3.1 Uji Statistik t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas / independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013).

Langkah-langkah yang dilakukan untuk melaksanakan uji ini antara lain :

1. Ho : Diduga harga tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Goride
Ha : Diduga harga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Goride
2. Ho : Diduga periklanan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Goride

Ha : Diduga periklanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Goride

3. Ho : Diduga pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Goride

Ha : Diduga pelayanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Goride

1) Menentukan *Level of Significance*

Uji statistik t berfungsi untuk menguji secara parsial (terpisah) apakah variabel-variabel independen yang dimasukkan kedalam model mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Menurut Ghazali (2013), kriteria pengambilan keputusan untuk uji t adalah :

- a. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh signifikan secara individual terhadap variabel dependen, sehingga H_0 diterima.
- b. Apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan secara individual terhadap variabel dependen, sehingga H_0 ditolak.

3.5.3.2 Uji Signifikansi Berganda (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen / terikat (Ghozali, 2013).

1. Ho : Diduga harga, periklanan dan kualitas produk secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
2. Ha : Diduga harga, periklanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan

menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Penolakan atau penerimaan hipotesis berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi kurang dari atau sama dengan 0,05 maka semua variabel independen secara serentak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka semua variabel independen secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.5.3.3 Analisa Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini mengukur berapa sumbangan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Penelitian ini menggunakan adjusted R^2 karena variabel dependent yang digunakan dalam model penelitian lebih dari satu. Nilai koefisien deteminasi adalah antara nol dan satu.

Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependent sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependent.