

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kausalitas. Kausalitas merupakan suatu desain penelitian yang digunakan untuk meneliti hubungan sebab-akibat dari suatu variabel seperti mengetahui pengaruh dari variabel bebas yaitu promosi dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu keputusan konsumen. Sedangkan untuk pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif.

#### 3.2. Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain kausalitas untuk menguji apakah ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat disertai dengan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitian.

#### 3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

##### 3.3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Lubuk Baja, Kota Batam.

##### 3.3.2. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian ditunjukkan pada Tabel 3.1, dibawah ini:

**Tabel 3. 1. Jadwal Penelitian**

KEGIATAN	BULAN													
	Maret			April			Mei			Juni		Juli		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
PengajuanJudul														
Penyusunan Bab 1														

KEGIATAN	BULAN													
	Maret			April			Mei			Juni		Juli		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Penyusunan Bab 2					■	■								
Penyusunan Bab 3							■							
Penyusunan Kusioner								■	■	■	■			
Penyusunan Bab 4												■	■	■
Penyusunan Bab 5														
Penyelesaian Skripsi														

### 3.4. Populasi dan Sampel

#### 3.4.1. Populasi

Syaiful *et al.*, (2018), menjelaskan bahwa populasi didefinisikan sebagai suatu wilayah yang digeneralisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna layanan GrabFood di Kota Batam.

#### 3.4.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian yang dapat dianggap mewakili kondisi atau keadaan populasi. Teknik pengambilan sampel dengan *Purposive Sampling* atau pengambilan sampel berdasarkan Kriteria tertentu seperti:

1. Responden merupakan pengguna Grab Food di Kota Batam Kecamatan Lubuk Baja.
2. Responden yang berumur  $\geq 17$  tahun
3. Responden yang sudah pernah melakukan pembelian di Grab Food minimal 2 kali.

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Lemeshow untuk populasi yang tidak diketahui secara pasti yaitu:

$$n = \frac{z^2 \cdot p(1 - p)}{d^2}$$

### **Rumus 3. 1. Rumus Lemeshow**

Sumber :(Arianto & Muhammad, n.d.(2018)

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96 P : Maksimal estimasi = 0,1

d : alpha (0,10) atau sampling error = 5%

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah

$$n = \frac{1,96^2 \cdot (0,1)(1 - 0,1)}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416(0,9)}{0,0025}$$

$$n = 138.2976 = 138$$

Dari hasil perhitungan tersebut diketahui hasil dari jumlah sampel sebesar 138. 2976 dibulatkan menjadi 138. Jadi anggota sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 138 responden. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk pengujian yang lebih baik.

## **3.5. Teknik dan Alat Pengumpulan Data**

### **3.5.1. Teknik Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner atau angket yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan rumusan masalah penelitian.

Kuesioner disebarluaskan kepada konsumen yang telah menggunakan layanan GrabFood di Kota Batam.

### 3.5.2. Alat Pengumpulan Data

Skala *likert* merupakan parameter dalam menilai pendapat atau jawaban responden terhadap suatu masalah. Pemberian skor dilakukan dengan teknik skala *likert*, di mana jawaban dari responden akan diberi skor. Skor dalam skala *likert* ditunjukkan pada Tabel 3.2., sebagai berikut:

**Tabel 3. 2. Skala Likert**

Keterangan	Skala
Sangat Tidak Setuju	Satu
Tidak Setuju	Dua
Netral	Tiga
Setuju	Empat
Sangat Setuju	Lima

### 3.6. Operasional Variabel

#### 3.6.1. Variabel Independen

Variabel indenpenden adalah variabel bebas yang merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya variabel dependen (terikat) (Syaiiful *et al.*, 2018).

##### 3.6.1.1. Promosi (X1)

Ruth *et al.*, (2019) menjelaskan bahwa terdapat beberapa indikator promosi yaitu sebagai berikut:

1. Periklanan (*advertising*)
2. Penjualan tatap muka (*personal selling*).
3. Promosi penjualan (*sales promosi*)
4. Hubungan masyarakat (*public relation*)

## 5. Pemasaran langsung (*direct marketing*)

### 3.6.1.2. Kualitas Pelayanan (X2)

Menurut informasi dari penelitian Syaiful *et al.*, (2018), terdapat 5 jenis indikator dalam kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

1. Realibilitas (*realibility*).
2. Daya tanggap (*responsiveness*)
3. Jaminan (*assurance*)
4. Empati (*empathy*)
5. Bukti fisik (*tangibles*)

### 3.6.2. Variabel Dependen

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, dan yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Sugiyono, 2012: 39)

#### 3.6.2.1. Keputusan Konsumen (Y)

Menurut Dewi *et al.*, (2020) terdapat enam indikator keputusan konsumen, yakni:

1. Pilihan Produk. .
2. Pilihan Merek.
3. Jumlah Pembelian.
4. Waktu Pembelian
5. Metode Pembayaran

**Tabel 3. 3. Operasional Variabel**

Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
Promosi (X1)	Promosi adalah latihan dalam	1. Periklanan ( <i>advertising</i> ) 2. Penjualan tatap muka ( <i>personal</i> )	<i>LikertScale</i>

Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
	informasi, persuasi dan sebaliknya, orang yang dibujuk juga diinformasikan”.	<i>selling</i> . 3. Promosi penjualan ( <i>sales promosi</i> ) 4. Hubungan masyarakat ( <i>public relation</i> ) 5. Pemasaran langsung ( <i>direct marketing</i> )	
Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan adalah ukuran beberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan	1. Ealibilitas (Realibility). 2. Dayatanggap (responsiveness) 3. Jaminan (assurance) 4. Empati (empathy) 5. Bukti fisik (tangibles)	<i>Likert Scale</i>
Keputusan konsumen (Y)	Keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian	1. Pilihan Produk. . 2. Pilihan Merek. 3. Pilihan Penyalur/ Penjual. 4. Jumlah Pembelian. 5. Waktu Pembelian 6. Metode Pembayaran	<i>Likert Scale</i>

### 3.7. Metode Analisis Data

#### 3.7.1. Analisis Deskriptif

Statistik inferensi adalah statistik induktif. Dalam statistik inferensi setelah data dikumpulkan selanjutnya dilakukan analisis dengan metode statistik yang berhubungan dengan sifat dan kepentingan datanya, selanjutnya diambil suatu keputusan dan pengambilan kesimpulan dari hasil olahan data tersebut, (Sugiyono, 2017:147).

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

#### Rumus 3. 2. Rumus Rentang Skala

Keterangan:

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap item

RS = rentang skala

$$RS = \frac{138(5 - 1)}{5} = 110,4$$

Untuk mencari rentang skala yang paling utama adalah mendapatkan nilai terendah dan tertinggi.

**Tabel 3. 4. Rentang Skala**

No	Skor	Skor Positif
1	138-248,4	Tidak Setuju
2	248,4-358,8	Tidak cukup Setuju
3	358,8-469,2	Netral
4	469,2-579,6	Cukup Setuju
5	579,6-690	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti (2021)

### 3.7.2. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data digunakan untuk menguji kualitas data yang diperoleh dari responden, maka digunakan 2 metode untuk menguji data tersebut yaitu :

#### 3.7.2.1. Uji Validitas

Sugiarto (2017) menjelaskan bahwa validitas merupakan tingkat keakuratan atau ketepatan suatu data. Data yang valid dapat dikatakan sebagai data yang akurat. Validitas suatu data atau unsur dapat diketahui dengan melakukan korelasi skor unsur dengan keseluruhan unsur. Semakin tinggi ketepatan data pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti, maka semakin tinggi juga validitasnya.

Kriteria pengujian valid tidaknya tiap–tiap soal yaitu dengan cara membandingkan rhitung dengan rtabel dari pearson pada taraf signifikan 5%. Jika nilai rhitung sama atau > rtabel, maka butir dari instrumen yang dimaksud adalah valid. Sebaliknya jika rhitung < rtabel maka butir instrumen tidak valid. rumus perhitungan rhitung dinyatakan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

**Rumus 3. 3. Rumus Pearson Product Moment**

Sumber : (Sugiyono, 2017: 182)

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien antar korelasi X dan Y

n = Jumlah subjek

$\sum xy$  = Jumlah perkalian X dan Y

$\sum xy \sum x^2$  = Jumlah Kuadrat X

$\sum y^2$  = Jumlah kuadrat Y

Koefisien dalam item total lebih besar atau sama dengan 0.3 maka itu dinyatakan valid, dan sebaliknya jika lebih kecil dari 0.3 maka dinyatakan tidak valid. Oleh karena itu, setiap pertanyaan yang mana korelasinya tidak mencapai angka 0.3 harus diperbaiki.

### 3.7.2.2. Uji Rehabilitas Data

Pengujian Reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal dan internal. Secara eksternal, pengujian dilakukan dengan test-retest (stability), equivalent, dan gabungan keduanya. Secara internal pengujian dilakukan dengan menganalisis konsistensi butir – butir yang ada pada instrumen dengan teknik – teknik tertentu (Sujarweni, 2019:132).

Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang konsisten. Artinya, berapapun banyaknya pengulangan yang dilakukan dengan menggunakan instrumen tersebut, kesimpulan yang diperoleh tetap sama, walaupun perolehan angka nominalnya tidak harus sama. Penting untuk diingat bahwa data yang reliabel belum tentu valid. Reliabilitas bertujuan untuk menyatakan ketelitian suatu data sedangkan validitas untuk menyatakan keakuratan data (Sugiarto, 2017: 209)

### 3.7.3. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis ordinary least square (OLS). Jadi analisis regresi yang tidak berdasarkan OLS tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik, misalnya regresi logistik atau regresi ordinal (Kurniawan, 2019: 149).

#### 3.7.3.1. Uji Normalitas

Riyanto & Hatmawan (2020) menjelaskan bahwa uji normalitas bertujuan untuk mengetahui data yang diuji berdistribusi normal atau tidak. Data yang normal akan membentuk kurva (*bell shaped curve*). Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *histogram regression residual* dan dibuktikan normalitasnya menggunakan uji Kolmogorov-smirnov. Data normal akan menunjukkan nilai *probability sig. (2-tailed) >  $\alpha$ ; sig > 0,05*.

#### 3.7.3.2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ayuningtiyas & Gunawan (2018), uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui atau memeriksa ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas. Korelasi suatu variabel dapat diukur dari *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF) melalui program SPSS. Jika *tolerance value* > 0,1 atau VIF < 10 maka tidak ada multikolinearitas yang merupakan ketentuan regresi yang baik, begitu pula sebaliknya.

#### 3.7.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Merujuk pada informasi dari penelitian Ayuningtiyas & Gunawan (2018), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui dan memverifikasi terjadinya kesamaan atau ketidaksamaan variansi dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Homokedastisitas artinya suatu variabel memiliki kesamaan (tetap) dari satu pengamatan ke pengamatan lain,

sedangkan heteroskedastisitas artinya berbeda. Nilai sig. > 0,05 menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas sehingga data yang digunakan memiliki ketentuan regresi yang baik.

### 3.7.4. Uji Pengaruh

#### 3.7.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji ini berfungsi untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap dependen. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen.

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

#### Rumus 3. 4. Rumus Regresi Linear Berganda

Sumber : (Sanusi, 2017: 135)

Diketahui:

Y : Keputusan Pembelian

X1 = Kepercayaan Konsumen

X2 = Kualitas Produk

a = Nilai Konstan

b1, b2, b3 = nilai koefisien regresi

#### 3.7.4.2. Uji Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Uji determinasi berganda  $R^2$  menjelaskan koefisien korelasi majemuk yang menguji tingkatan variabel independen dengan dependen (Sanusi, 2017:136)

### 3.7.5. Uji Hipotesis

#### 3.7.5.1. Uji Signifikansi Parameter Individu (Uji-T)

Nawangsari & Pramesti (2017) menjelaskan bahwa uji-T bertujuan untuk menguji dan mengetahui tingkat signifikansi suatu variabel independen secara parsial terhadap dependen. Kriteria uji T ini adalah:

1. Jika nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak yang berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen
2. Jika nilai probabilitas signifikansi  $> 0,005$  maka  $H_a$  ditolak  $H_0$  diterima yang berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

#### **3.7.5.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)**

Nawangarsi & Pramesti (2017) menjelaskan bahwa uji-F yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui variabel independen berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Kriteria uji T ini adalah:

1. Jika nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak yang berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen
2. Jika nilai probabilitas signifikansi  $> 0,005$  maka  $H_a$  ditolak  $H_0$  diterima yang berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen