

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian khusus ini, pendekatan penelitian kuantitatif akan digunakan untuk jenis penelitian. Menurut Sugiyono (2019) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filosofi positivisme, yaitu digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan pengujian hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

Berdasarkan uraian tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana Pengaruh Promosi, *Word of Mouth* dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi *GoFood* di Kota Batam

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini menggunakan sifat deskriptif. Menurut Sugiyono (2019) deskriptif merupakan penelitian yang hanya berfokus pada satu atau lebih variabel tanpa membandingkan atau menghubungkannya dengan variabel lain untuk menentukan ada atau tidaknya variabel bebas.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Tiban Lama Jalan Gajah Mada Kode Pos 29425, Kecamatan Sekupang, Kota Batam. Yang dimana objek penelitian ini adalah masyarakat Tiban Lama yang mempunyai aplikasi GoJek dan melakukan pembelian pada fitur *GoFood* di Kota Batam.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian ini berlangsung pada dari bulan September 2022 sampai bulan Januari 2023 seperti yang tergambar pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	2022												2023		
		September			Oktober			November			Desember			Januari		
1.	Perencanaan	■	■	■												
2.	Studi Pustaka				■	■	■	■								
3.	Mentukan Metode Penelitian					■	■	■	■	■						
4.	Penyusunan Kuesioner									■	■					
5.	Penyerahan Kuesioner											■	■	■		
6.	Analisis Hasil Kuesioner												■	■	■	■
7.	Kesimpulan															■

Sumber: Data Penelitian (2022)

3.4 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019) Populasi adalah area generalisasi yang meliputi: objek atau subjek yang peneliti pilih untuk diselidiki dan kemudian ditarik kesimpulannya berdasarkan jumlah dan karakteristik tertentu.

Secara keseluruhan, ada 380 orang yang menjadi populasi untuk penelitian ini, dan semuanya adalah pengguna aplikasi GoJek yang melakukan pembelian menggunakan fungsi GoFood di kawasan Tiban Lama (Sumber : GoJek).

3.5.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel mewakili keseluruhan populasi beserta ciri-cirinya. Peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai pedoman untuk menetapkan jumlah sampel, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2} \quad \text{Rumus 3. 1 Slovin}$$

Sumber: Sugiyono (2019)

Keterangan :

e = Tingkat Ketetapan (8%)

N = Jumlah populasi (380)

n = Jumlah Sampel

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{380}{1 + (380 \times 8\%)^2}$$

$$n = \frac{380}{1 + (380 \times 0,08)^2}$$

$$n = \frac{380}{1 + (380 \times 0,0064)}$$

$$n = \frac{380}{1 + 2,432}$$

$$n = \frac{380}{3,432}$$

$$n = 110,722$$

Berdasarkan perhitungan di atas, terdapat sejumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu sejumlah 111 responden.

3.5.3 Teknik *Sampling*

Menurut Sugiyono (2019) teknik Non-Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap anggota populasi atau setiap elemen untuk dipilih menjadi sampel. Dalam perjalanan penelitian ini, metode yang dikenal sebagai teknik *purposive sampling* digunakan untuk pengumpulan data pada sampel. Menurut Sugiyono (2019) *purposive sampling* adalah metodologi pengambilan sampel secara acak dimana kelompok sampel ditargetkan memiliki atribut-atribut tertentu. Metode ini dapat digunakan pada banyak populasi, tetapi lebih efektif dengan ukuran sampel yang lebih kecil dan populasi yang lebih homogen.

Peneliti menggunakan kriteria seperti ini untuk memilih sampel dari suatu populasi sehingga mereka dapat memperkirakan dengan lebih akurat proporsi kelompok yang akan diwakili dalam sampel:

1. Warga Kota Batam yang bermukim di lingkungan Tiban Lama.
2. Warga Tiban Lama sudah mempunyai aplikasi GoJek dan melakukan pembelian khususnya *GoFood*.
3. Berapa kali melakukan pembelian pada fitur *GoFood*.

3.5 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2019) ada dua syarat yang harus dipenuhi sebelum suatu sumber data dapat dimanfaatkan dengan cara sebagai berikut:

1. Sumber primer

Sumber data primer yang dapat diartikan sebagai data yang didapatkan secara langsung atau dengan kata lain data yang diperoleh langsung ke lokasi penelitian.

2. Sumber Sekunder

Sumber data sekunder yang dapat diartikan sebagai data yang didapatkan secara tidak langsung atau dengan kata lain data yang diperoleh melalui perantara.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner (angket) dengan *skala likert* menggunakan *Google Form*. Menurut Sugiyono (2019) kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang menuntut responden untuk menanggapi serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis. Dalam pengolahan data ini, peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 25 untuk mempermudah mendapatkan hasil dari kuesioner yang telah diisi. Maka variabel yang diukur dijabarkan dari indikator variabel dan indikator tersebut di jadikan sebagai tolak untuk menyusun pertanyaan atau pernyataan.

Tabel 3.2 *Skala Likert*

Jawaban Pertanyaan	Simbol	Skor
Sangat setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak setuju	TS	2
Sangat tidak setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2019)

3.7 Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) Variabel penelitian merupakan atribut seseorang atau objek yang bervariasi dari satu orang ke orang lain atau dari satu objek ke objek lainnya. Adapun pengertian operasional dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Promosi (X1), kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menyampaikan informasi dan mempengaruhi para calon konsumen agar dapat membeli dan loyal terhadap produk atau jasa yang di tawarkan oleh perusahaan, dengan begitu perusahaan dapat meningkatkan pendapatannya.
2. *Word of Mouth* (X2), komunikasi yang menyampaikan saran menurut orang ke beberapa orang dengan maksud memberikan sebuah informasi tentang pengalaman konsumen terhadap produk dan jasa yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian.
3. Kemudahan Penggunaan (X3), pemahaman seseorang tentang mudahnya menggunakan teknologi informasi dalam hal mengoperasikan tanpa adanya kendala atau kesulitan di dalam melakukan hal tersebut.
4. Keputusan Pembelian (Y), tindakan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian dan mencoba produk atau jasa yang di tawarkan perusahaan

3.7.1 Variabel Bebas (Independen)

Menurut Sugiyono (2019) variabel independen yang disebut juga variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel terikat. Promosi (X), *Word of Mouth* (X2) dan Kemudahan

Penggunaan (X3) merupakan ketiga variabel yang akan digunakan sebagai variabel bebas dalam penelitian ini.

3.7.2 Variabel Terikat (Dependen)

Menurut Sugiyono (2019) variabel dependen yang juga disebut variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau dengan kata lain dapat menjadi akibat, karena adanya keberadaan variabel bebas. Keputusan Pembelian (Y) merupakan variabel yang akan digunakan sebagai variabel terikat dalam penelitian.

Tabel 3.3 Operasional Variabel

Varibel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Promosi (X1)	Promosi adalah tindakan menyebarkan informasi dan mempengaruhi calon konsumen agar mau membeli barang atau jasa perusahaan (Safwati et al., 2022).	1. Pesan Promosi 2. Media Promosi 3. Waktu Promosi 4. Frekuensi Promosi	<i>Likert</i>
Word of Mouth (X2)	<i>Word Of Mouth</i> adalah kekaguman, saran, atau komentar dari pelanggan tentang pengalaman mereka dengan produk atau layanan yang berdampak pada pengambilan keputusan atau perilaku konsumen (Cahyanti, 2022).	1. <i>Talkers</i> (pembicara) 2. <i>Topics</i> (topik) 3. <i>Tools</i> (alat) 4. <i>Talking part</i> (partisipan) 5. <i>Tracking</i> (pengawasan)	<i>Likert</i>
Kemudahan Penggunaan (X3)	Kemudahan penggunaan merupakan persepsi seseorang tentang betapa mudahnya memanfaatkan teknologi informasi dalam hal menjalankannya (Alistriwahyuni, 2019).	1. Mudah dipelajari 2. Mudah dikontrol 3. Jelas dan mudah dimengerti 4. Fleksibel 5. Mudah di gunakan	<i>Likert</i>

Tabel 3.3 Lanjutan

Varibel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian dan menguji barang atau jasa perusahaan. Keputusan pembelian bagian dari keberhasilan dari promosi (Widhiaswara & Soesanto, 2020).	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi berbagai alternative 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian	<i>Likert</i>

Sumber: Data Penelitian (2022)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019) adalah yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau mencirikan informasi yang telah dikumpulkan tanpa maksud untuk mencapai kesimpulan yang luas. Penyajian data dalam statistik deskriptif melalui penggunaan tabel, grafik, diagram lingkaran, dan piktogram, selain penghitungan modus, median, dan rata-rata (ukuran kecenderungan sentral), desil, standar deviasi, dan persentase.

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

Rumus 3.2 Rentang Skala

Sumber: Sugiyono (2019)

Keterangan:

n = Jumlah sampel

m = Total alternative tanggapan setiap poin

RS = Rentang skala

Sebelum dapat menghitung rentang skala, harus terlebih dahulu mengidentifikasi skor serendah mungkin dan skor setinggi mungkin. 111 orang

diminta pendapatnya, dan masing-masing dari beberapa kemungkinan tanggapan diberi nilai 1-5. Berdasarkan metode penentuan rentang skala ini, dimungkinkan untuk menentukan rentang skala untuk setiap bobot sebagai berikut:

$$RS = \frac{111 (5 - 1)}{5}$$

$$RS = \frac{111 (4)}{5}$$

$$RS = \frac{444}{5}$$

$$RS = 88,8$$

Nilai 88,8 yang diperoleh dengan menggunakan perhitungan rentang skala yang telah dijelaskan sebelumnya menjadi standar penentuan rentang skala yang berlaku untuk setiap kategori tanggapan responden terhadap variabel penelitian. Berikut adalah garis besar temuan dari penelitian tersebut:

Tabel 3.4 Rentang Skala

No.	Rentang Skala	Kriteria
1.	111 – 199,8	Sangat Tidak Setuju
2.	199,9 – 288,7	Tidak Setuju
3.	288,8 – 377,6	Netral
4.	377,7 – 466,5	Setuju
5.	466,6 – 555,4	Sangat Setuju

Sumber: Data Penelitian (2022)

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019) instrumen yang valid merupakan instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur dan mendapatkan data. Hal ini

menunjukkan bahwa pengukuran yang tepat dapat dilakukan dengan instrumen yang tepat.

Apabila pernyataan-pernyataan pada suatu kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, misalnya bila nilainya positif dan r hitung lebih besar dari r tabel, maka kuesioner tersebut dianggap valid. Jadi, variabel berusaha untuk menentukan apakah kuesioner yang dikembangkan benar-benar mampu mengukur hasil yang diinginkan (Ghozali, 2018). Teknik korelasi *pearson product moment* dapat digunakan untuk mengukur uji validitas dengan menggunakan rumus berikut:

$$r = \frac{n \sum xi . yi - (\sum xi)(\sum yi)}{\sqrt{[n. \sum xi^2 - (\sum x)^2][n \sum yi^2 - (\sum y)^2]}}$$

Rumus 3.3 *Pearson Product Moment*

Sumber: Sugiyono (2019)

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah terikat

X = Variabel bebas

Y = Variabel terikat

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019) reliabilitas adalah alat yang dapat digunakan oleh orang yang sama pada waktu yang berbeda atau oleh orang yang berbeda pada waktu yang sama atau waktu yang berbeda untuk memastikan konsistensi hasil. Alternatifnya, reliabilitas dapat digunakan oleh orang yang berbeda pada

waktu yang sama atau pada waktu yang berbeda. Ada dua pendekatan berbeda untuk mengukur ketergantungan, yaitu sebagai berikut:

1. *Repeated Measure* atau pengukuran berulang, di mana seseorang ditanyai pertanyaan yang sama beberapa kali untuk menentukan apakah jawabannya konsisten atau tidak.
2. *One Shot* atau pengukuran sekali saja adalah pengukuran yang dilakukan satu kali kemudian dibandingkan dengan hasil soal yang lain untuk melihat keterkaitan jawaban dari soal-soal tersebut satu sama lain.

Data mampu disebut reliabel ketika r alphanya positif dan r alpha (α) > 0,60. Nilai *Cronbach's alpha* diperoleh dengan Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Rumus 3.4 *Cronbach Alpha*

Sumber: Sugiyono (2019)

Keterangan:

r = Koefisien *reability instrument* (cronbach's alfa)

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Total varian butir

σ_t^2 = Total varian

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji T dan F membuat asumsi bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Oleh karena itu, uji normalitas berusaha untuk mengetahui apakah variabel residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak dengan cara

menentukan apakah mengikuti distribusi normal atau tidak. Jika salah satu dari anggapan ini terbukti tidak benar, uji statistik yang menggunakan ukuran sampel terbatas akan menjadi tidak berarti. Akibatnya, dengan menggunakan grafik dan analisis statistik, dapat memastikan apakah residual mengikuti distribusi normal atau tidak.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018) uji multikolinearitas digunakan untuk menilai ada atau tidaknya model regresi mengungkapkan keterkaitan atau korelasi antar variabel yang dianggap independen. Dalam model regresi yang tepat, tidak boleh ada hubungan antara variabel yang dianggap independen. Variabel yang dianggap orthogonal adalah variabel independen yang memiliki nilai nol. Prosedur yang tercantum di bawah ini perlu dilakukan untuk memastikan apakah model regresi memiliki multikolinearitas atau tidak:

1. Nilai R^2 yang dihitung dengan estimasi model regresi tampaknya cukup tinggi, tetapi terdapat banyak variabel independen, dan mereka tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel yang sedang dianalisis secara keseluruhan.
2. Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan TOL (*Tolerance*) menunjukkan hal tersebut. Toleransi mengukur variabilitas variabel independen terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Oleh karena itu, angka Toleransi yang rendah sesuai dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/\text{Toleransi}$). Nilai toleransi $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$ biasanya digunakan untuk menunjukkan adanya

multikolinieritas, sedangkan nilai toleransi $> 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$ digunakan untuk menunjukkan tidak adanya multikolinieritas.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Yanuar & Asmoro (2022) pengujian heteroskedastisitas bertujuan dalam melakukan pengujian pada model regresi apakah dalam model regresi tersebut terdapat ketidaksamaan pada meliputi variance residual dari sebuah pengujian akan pengujian yang lain. Uji heteroskedastisitas terjadi karena perubahan variabel independent yang mengakibatkan error. Model regresi yang baik adalah tidak terjadinya heteroskedastisitas pada model regresi penelitian yang digunakan. Pada pengujian ini dapat dilihat pada grafik scatterplot. Beberapa karakteristik untuk mengetahui terjadinya heteroskedastisitas atau tidak sebagai berikut:

1. Apabila pada titik-titik tidak menciptakan sebuah gambar atau pola dan menyebar di bawah ataupun di atas angka 0 sumbu Y, maka tidak terjadinya heteroskedastisitas.
2. Apabila pada titik-titik tersebut menciptakan sebuah pola seperti: melebar, dan menyempit, bergelombang, maka dapat dikatakan terjadinya heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sanusi (2014) regresi linier berganda adalah perpanjangan dari regresi linier sederhana di mana jumlah variabel independen harus ditingkatkan dari satu menjadi paling sedikit dua. Asumsi perlu dibuat sebelum regresi linier

berganda dapat menghasilkan nilai koefisien sebagai pendukung yang tidak biasa. Dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara promosi, *word of mouth* dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *go-food* di Kota Batam. Persamaan umum regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

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

Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda

Sumber: Sanusi (2014)

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Bilangan konstan

b₁ = Koefisien korelasi promosi

b₂ = Koefisien korelasi *word of mouth*

b₃ = Koefisien korelasi kemudahan penggunaan

X₁ = Promosi

X₂ = *Word Of Mouth*

X₃ = Kemudahan Penggunaan

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghozali (2018) koefisien determinan (R²) merupakan menentukan sejauh mana model dapat menjelaskan variasi variabel independen. Koefisien determinasi memiliki nilai dalam kisaran nol hingga satu. Kapasitas variabel independen untuk menyediakan informasi yang diperlukan untuk memprediksi atau memperkirakan variasi variabel dependen ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi yang kecil. Karena variasi yang besar pada setiap

pengamatan, data silang (*crosssection*) biasanya memiliki koefisien determinasi yang relatif rendah, sedangkan data runtun waktu (*time series*) biasanya memiliki koefisien determinasi yang relatif tinggi.

3.9 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis sebagaimana didefinisikan oleh Anwar Sanusi (2014) adalah pengujian signifikansi koefisien regresi linier berganda yang agak berhubungan dengan pernyataan hipotesis penelitian.

3.9.1 Uji T (Uji Parsial)

Dengan menggunakan uji ini dapat melihat bagaimana suatu variabel terikat dengan hasil skor $\alpha = 0,05$ berpengaruh terhadap variabel independen. Metode ini dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak :

1. Rumus Hipotesis
 - a. H_0 : Tidak signifikan secara parsial karena variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
 - b. H_a : pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagian signifikan secara parsial.
2. Kriteria obyektif
 - a. H_0 diterima dan H_a ditolak jika signifikan $> 0,05$
 - b. H_a diterima dan H_0 ditolak jika signifikan $> 0,05$
3. Dengan menggunakan rumus t hitung :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Rumus 3.6 Uji t

Sumber: Wijanarko (2018)

Ketentuan :

t = Nilai t hitung yang kemudian dikonsultasikan oleh t_{tabel}

r = Koefisien korelasi

r^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah Sampel

Hasil t hitung dibandingkan dengan t tabel, dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika t hitung < t tabel dan nilai Sig > 0,05 maka H0 diterima dan H1 ditolak yang berarti variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Jika t hitung > t tabel dan nilai Sig < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

3.9.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F

Menurut Sugiyono (2019) Uji F-statistik terlebih dahulu menunjukkan apakah variabel independen atau independen yang dipakai dalam model mempengaruhi yang sama terhadap variabel dependen atau dependen. Guna mengukur hipotesis ini, gunakan statistik F dengan syarat berikut:

1. Jika f hitung > f tabel dan nilai probabilitas < 0.05, maka Ho ditolak, dan Ha diterima, berarti masing masing variabel bebassecara bersama sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

2. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ dan nilai probabilitas > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti masing masing variabel bebas secara Bersama sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.