

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif pendekatan penelitian yang bersifat objektif mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik. Penelitian Kuantitatif terdiri dari dua jenis yaitu Survei dan Eksperimen (Hermawan & Yusran, 2017). Hal tersebut berdasarkan penelitian yang berjudul “Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman KURIRMU di Kota Surabaya”

3.2 Lokasi dan Rencana Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada responden penelitian yaitu konsumen yang pernah menggunakan jasa KURIRMU di Kota Surabaya. Pelaksanaan penelitian lapangan yaitu dengan menyebarkan kuisioner yang rencananya akan dilaksanakan pada bulan Juni-Juli 2021. Sedangkan untuk penelitian secara keseluruhan mulai dari penulisan proposal hingga penyusunan skripsi yaitu dari bulan maret – juli tahun 2021.

Tabel 3. 1Agenda Penelitian Tugas Akhir (2021)

Agenda	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul dan Dosen Pembimbing																				
Observasi Objek Penelitian																				
Observasi Fenomena Bisnis / Manajemen																				
Menentukan masalah penelitian																				
Kajian teoritis & empiris																				

Jenis pengambilan sampel non probability sampling dengan menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Purposive sampling memilih anggota sampel dari populasi ditentukan oleh peneliti semata (Sumargo, 2020 : 20).

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin. Rumus slovin dalam (Nalendra et al., 2021) adalah formula untuk menghitung jumlah sampel minimal dari sebuah populasi. Rumus Slovin adalah sebagai berikut :

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

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = margin error, peneliti mengambil kesahan 10%.

$$n = \frac{3184}{1 + 3184 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{3184}{32,84}$$

$$n = 96$$

Dari 3184 pelanggan jasa KURIRMU diambil sampel dengan marjin kesalahan 10%, maka sampel yang diambil adalah 96 orang.

3.4 Variabel Penelitian

(Indra & Cahyaningrum, 2019) menyatakan bahwa variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi 2, yaitu independen dan dependen (Indra & Cahyaningrum, 2019).

a. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

b. Variabel Dependen

Sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

3.5 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Jenis Data

Dalam terminologi penelitian ilmiah, pengertian data mengacu pada seperangkat nilai yang melekat pada variabel-variabel penelitian. Data diperoleh melalui serangkaian proses pengumpulan data dengan menggunakan alat tertentu (Suryadi et al., 2019). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data kuantitatif dimana merupakan data yang di ungkapkan secara numerik atau dengan menggunakan lambang bilangan tertentu (Suryadi et al., 2019 : 168-169). Data kuantitatif terdiri atas :

3.5.2 Sumber Data

Menurut (Suryadi et al., 2019 : 171) Berdasarkan cara pemerolehaannya atau sumber datanya, data penelitian dibedakan atas :

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian.

2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh bukan dari objek penelitian, melainkan dari sumber lain yang turut menginformasinya.

3.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Secara ringkas, teknik pengumpulan data dapat diartikan sebagai cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data tentang “apa” dari siapa (Suryadi et al., 2019). Pada penelitian ini, data dikumpulkan dengan teknik penyebaran angket atau kuisisioner. Kuisisioner adalah instrumen penelitian yang berisi serangkaian pertanyaan dan/atau pernyataan yang harus diisi/dijawab oleh responden (Suryadi et al., 2019).

Pada penelitian ini, ada beberapa data yang dibutuhkan oleh peneliti dari responden :

1. Profil Responden (nama, jenis kelamin, usia)
2. Responden penelitian ini adalah konsumen KURIRMU.
3. Data dari jawaban kuisisioner yang diberikan kepada responden.

3.6 Definisi Operasional

Definisi operasional pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Electronic word of mouth (x1)	E-WOM dapat di definisikan sebagai pemasaran dari <i>netizen</i> ke <i>netizen</i> lainnya yang bentuk pesannya bersifat rekomendasi. Rekomendasi dari <i>netizen</i> lain biasanya dianggap lebih dipercaya dari pada kegiatan promosi yang berasal dari perusahaan dan dapat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Intensitas 2. Konten 3. Pendapat baik 	likert

	mempengaruhi keputusan <i>netizen</i> lain untuk membeli atau tidak membeli (Sukoco, 2018 : 163).		
Harga (x2)	Menurut Amstrong & Kotler, (2012 : 345) harga dapat didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Atau dapat didefinisikan secara luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk 3. Daya Saing Harga 4. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat 	likert
Kualitas pelayanan (x3)	Menurut (Abdullah, 2017) Kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tangibles (bukti langsung) 2. Emphaty (empati) 3. Reliability (keandalan) 4. Responsiveness (daya tanggap) 5. Assurance (jaminan) 	likert
Keputusan pembelian (Y)	Kotler dan Armstrong (2012 : 129) menerjemahkan keputusan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk atau 	likert

pembelian sebagai sebuah jasa proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternative tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

2. Kebiasaan dalam membeli produk atau jasa

3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain

4. Melakukan pembelian ulang

Tabel 3. 3 Tebel Kuisiomer

Variabel	Indikator	Item kuisiomer
E-WOM (X1)	Intensitas	Saya sering mendapatkan ulasan jasa KURIRMU dari media sosial
	Konten	Saya sering mendapat informasi mengenai jasa KURIRMU di media sosial
	Pendapat baik	Saya mendapatkan ulasan positif dari media sosial tentang jasa KURIRMU
Harga (X2)	Keterjangkauan Harga	Harga yang ditawarkan oleh jasa KURIRMU terjangkau dan ramah di kantong.
	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas jasa yang ditawarkan
	Daya Saing Harga	Harga jasa yang di tawarkan oleh KURIRMU dapat bersaing dengan jasa pegiriman yang lain
	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	Harga yang ditawarkan KURIRMU sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen
Kualitas Pelayanan (X3)	Tangibles (bukti langsung)	fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan harapan konsumen.

	Emphaty (empati)	Konsumen mudah dalam melakukan komunikasi dengan admin KURIRMU
	Reliability (keandalan)	KURIRMU konsiten dalam kehandalan pelayanan.
	Responsiveness (daya tanggap)	Kesigapan dan kecepatan KURIRMU dalam menyelesaikan masalah dan memeberikan pelayanan yang tanggap
	Assurance (jaminan)	Kurir mampu memberikan keramahan, kepercayaan, dan keamanan.
Keputusan Pembelian (Y)	Kemantapan pada sebuah produk atau jasa	Saya sudah mantap Ketika saya memutuskan menggunakan jasa KURIRMU
	Melakukan pembelian ulang	Saya sudah menggunakan KURIRMU lebih dari satu kali
	Memberikan rekomendari kepada orang lain	Saya merekomendasikan KURIRMU kepada orang lain
	Kebiasaan dalam membeli produk atau jasa	Saya sudah sering menggunakan KURIRMU.

3.7 Jenis Skala Pengukuran

Menurut (Sugiyono, 2013) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi orang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penelitian ini menggunakan skala pengukuran Skala Likert di jelaskan sebaagai berikut :

Tabel 3. 4 Tabel Skala Pengukuran (Likert)

1	2	3	4	5
Sangat Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Setuju Cukup (CS)	Setuju Setuju (S)	Sangat Setuju(SS)

3.8 Teknik Analisi Data

Pada penelitian ini peneliti dalam melakukan analisis data menggunakan langkah – langkah sebagai berikut :

3.8.1 Uji Validitas dan Reabilitas

1) Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan pengukuran itu valid, yang berarti instrumen tersebut digunakan mengukur apa yang hendak diukur. Menurut Idris dalam (Putri, 2020) model untuk menguji validitas adalah korelasi produk momen dengan menggunakan bantuan SPSS dimana bila r hitung nilainya negatif atau kecil dari r table maka instrumen tersebut tidak valid dan sebaliknya bila nilainya positif $>$ r table, maka instrumen tersebut valid.

2) Uji Reabilitas

Reabilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Dalam penelitian ini menggunakan rumus Alpha (Arikunto dalam Sunyoto, 2013:133) dimana variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's alpha $>$ 0,60

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Putri, 2020).

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan sebagai upaya untuk ada dan tidaknya korelasi yang sempurna atau mendekati hubungan yang sempurna. Menurut Hasan dalam Sunyoto (2013:134) non multikolinieritas adalah hubungan antara variabel bebas yang satu dengan variabel yang lain

dalam model regresi tidak terjadi hubungan yang sempurna ataupun mendekati hubungan yang sempurna.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013).

3.8.3 Uji Hipotesis

1) Uji - t (Parsial)

Uji - t adalah uji statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran atau kepalsuan hipotesis nol. Uji - t merupakan statistik uji yang sering kali ditemui dalam masalah-masalah praktis statistika. Uji - t merupakan golongan statistika parametrik. Statistik uji ini digunakan dalam pengujian hipotesis. Uji - t digunakan ketika informasi mengenai nilai simpangan baku populasi tidak diketahui (Payadnya & Jayantika, 2018).

2) Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama yaitu menggunakan F hitung (Sunyoto, 2013). Disebut juga dengan uji ANOVA, yaitu Analysis of Variance. Kegunaan uji f hampir sama dengan uji t, yaitu untuk menganalisis ada tidaknya perbedaan rata-rata atau nilai tengah. Namun perbedaannya hanya pada kelompok datanya, dimana uji f kelompok data yang diuji dapat lebih dari dua kelompok (Baroroh, 2008).

3.8.4 Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Linier berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun model persamaan yang digunakan yaitu Darwanto & Subagyo dalam (Sunyoto, 2013 : 135)

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana :

α = Konstanta

Y = keputusan pembelian

X_1 = Electronic Word Of mouth

X_2 = Harga

X_3 = Kualitas pelayanan

b_1, b_2, b_3 = koefisien parameter pengaruh variabel x

e = standar error

3.8.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai R^2 yang mendekati satu (1) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016 : 95).