

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara atau cara untuk mendapatkan kembali solusi dari semua permasalahan yang diajukan. Menurut Sugiyono (2009:14) dalam (Krisnan, n.d.) menjelaskan bahwa metode kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, yang umumnya mengambil sampel secara acak, dan data dikumpulkan. menggunakan instrumen penelitian, kemudian dianalisis secara kuantitatif/statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Kemudian data yang telah terkumpul tersebut merupakan data keseluruhan pengguna aplikasi GoFood di kota surabaya dan data yang di olah dengan SPSS merupakan data yang di dapat dari pengisian koesioner oleh responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, karena data *Perceived Ease Of Use* (X1) dan *Perceived Usefulness* (X2) terhadap *customer loyalty* (Y) diperoleh dalam bentuk data kuantitatif.

3.2 Objek penelitian

Menurut (Supranto, 2000) objek penelitian adalah sekumpulan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti.. Kemudian ditegaskan oleh (Dajan, 1986), objek penelitian adalah pokok permasalahan yang akan diteliti untuk memperoleh data secara lebih terarah. Objek dalam penelitian ini menggunakan aplikasi GoFood.

3.3 Populasi dan Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013:81). Pengambilan sampel dapat menjadi kesimpulan dari populasi sehingga sampel yang digunakan untuk penelitian benar-benar dapat mewakili populasi. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel ini menggunakan *non-probability* tepatnya menggunakan *purposive sampling*, Sugiyono (2008) menyatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode ini menggunakan

kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti untuk memilih sampel. Karakteristik responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden yang pernah menggunakan aplikasi GoFood.
2. Responden yang berdomisili di Surabaya.

Sedangkan penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (1997), hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui. Berikut rumus Lemeshow:

Keterangan:

$$n = \text{Jumlah sampel} \quad n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

z = Nilai standart = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

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

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden. Maka yang akan digunakan oleh peneliti adalah 103 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus dari Lemeshow (1997) karena populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah.

3.4 Jenis, sumber, dan teknik pengumpulan data

3.4.1 Jenis data

Data primer ialah data yang didapat langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrument instrument yan telah di tetaokan. Data primer di kumpulkan peneliti untuk menjawab pertanyaan pertanyaan penelitian. Data primer di anggap lebih akurat, karena data ini di sajikan secara terperinci. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan data primer.

3.4.2 Sumber data

Sumber data primer yang di gunakan dalam penelitian ini di peroleh dari angket yan di berikan kepada para konsumen GoFood. Data yang di dapat berupa skala likert.

3.4.3 Pengumpulan Data

Quisioner / angket

Questioner atau bisa disebut juga dengan angket atau self administrated questioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan ataupun pernyataan kepada responden untuk diisi.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data quisioner / angket, yang akan disebarkan melalui google form.

3.5 Definisi Operasional

Dalam definisi operasional variabel, ada 2 yang di teliti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Dalam pembuatan penelitian ini peneliti harus memberikan batasan dan gambaran dari variabel yang nantinya akan di bahas. Variabelnya diantaranya:

1. Variabel bebas (independent variabel)

Perceived Ease Of Use

Venkatesh & Davis (2000) Variabel yang mempengaruhi berupa *Perceived Ease Of Use* (X1). Indikatornya meliputi:

1. Interaksi individu mudah dimengerti dan
2. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut
3. Sistem mudah digunakan
4. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu

Perceived Usefulness

Venkatesh & Davis (2000) Variabel yang mempengaruhi berupa *Perceived Usefulness* (X2). Indikatornya meliputi:

1. *Useful* (Berguna).
2. *Beneficial* (Bermanfaat).

3. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu (*enhances effectiveness*).
4. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktifitas individu (*increases productivity*).

2. Variabel terikat

Customer loyalty

Menurut Tjiptono (2002) variabel yang menjelaskan atau di pengaruhi variabel dependent berupa *customer loyalty* (Y). indikatornya meliputi:

1. Pembelian ulang,
2. Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut,
3. Selalu menyukai merek tersebut,
4. Tetap memilih merek tersebut,
5. Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik,
6. Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain.

Tabel 3. 1 Tabel operasional variabel

No	Variabel	Definisi operasional	Indikator	Pernyataan (quisioner)
1	<i>Perceived Ease of Use</i>	<i>Perceived ease of use</i> didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan bebas dari usaha (mudah digunakan) (Venkatesh & Davis, 2000).	Venkatesh & Davis (2000) membagi indikator <i>perceived ease of use</i> menjadi berikut: 1. Interaksi individu dengan system mudah dimengerti dan jelas 2. Tidak dibutuhkan	1.Saya merasa menu, tampilan dan tools pada aplikasi GoFood jelas dan mudah dimengerti 2. Saya memahami menu, tampilan dan tools dengan cepat. 3. Aplikasi GoFood

			<p>banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut</p> <p>3. Sistem mudah digunakan</p> <p>4. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan</p>	<p>mudah digunakan</p> <p>4. Saya dengan mudah mengoperasikan aplikasi sesuai dengan apa yang ingin saya kerjakan</p>
2	<i>Perceived Usefulness</i>	<p><i>Perceived usefulness</i> didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (manfaat / kebergunaan)(Davis, 1989).</p>	<p>Venkatesh & Davis (2000) mengemukakan <i>perceived usefulness</i> dapat diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut:</p> <p>1. <i>Useful</i> (Berguna)</p> <p>2. <i>Beneficial</i> (Bermanfaat)</p> <p>3. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu (<i>enhances effectiveness</i>)</p> <p>4. Penggunaan sistem mampu</p>	<p>1. Saya merasa GoFood berguna bagi saya</p> <p>2. Saya merasa GoFood Bermanfaat bagi saya</p> <p>3. Aplikasi go food merupakan aplikasi yang secara efektif membantu konsumen dalam hal layanan antar makanan</p> <p>4. Aplikasi go food dapat membantu konsumen dalam menghemat waktu dan tenaga</p>

			menambah tingkat produktifitas individu (<i>increases productivity</i>).	
3	<i>Customer loyalty</i>	Kotler (Japariato, Laksmono & Khomariyah, 2007) <i>Customer loyalty</i> adalah banyaknya pelanggan yang melakukan pembelian ulang dari merek tertentu, sehingga tolak ukur pelanggan setia dilihat dari intensitas pembelian ulang, bukan seberapa banyak mereka membeli dalam satu waktu.	Menurut Tjiptono (2002) 6 indikator yang dapat digunakan untuk mengukur <i>Customer loyalty</i> yaitu: 1. Pembelian ulang, 2. Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut, 3. Selalu menyukai merek tersebut, 4. Tetap memilih merek tersebut, 5. Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik, 6. Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain	1. Saya <i>repeat order</i> (pembelian ulang) melalui GoFood 2. Saya sering menggunakan aplikasi GoFood 3. Saya menyukai aplikasi GoFood 4. Tetap memilih GoFood 5. Saya yakin saat ini GoFood yang terbaik, 6. Saya merekomendasikan GoFood pada orang lain

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

3.5.1 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert, skala ini di gunakan untuk menjawab pertanyaan pertanyaan pada angket penelitian. Skala likert merupakan suatu

alat ukur persetujuan atau ketidak setujuan responden terhadap serangkaian pertanyaan yang mengukur suatu obyek.

Skala likert yang di gunakan ada 5 kategori, yaitu:

1. Skor 1 = sangat tidak setuju
2. Skor 2 = tidak setuju
3. Skor 3 = cukup setuju/netral
4. Skor 4 = setuju
5. Skor 5 = sangat setuju

3.6 Teknik analisis Data

3.6.1 Uji instrument

1. Uji validitas

Uji validasi digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validasi dihitung dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r table. Jika r hitung $>$ r table dengan taraf signifikansi 0,05 maka pernyataan yang ada didalam kuesioner dinyatakan valid (Ghozali, 2006:45) dalam (Khaerunnisa, 2020). Dalam penelitian ini instrument yang digunakan untuk memperoleh data adalah kuesioner. Apabila dalam uji validasi ditemukan. Sebuah komponen yang tidak valid, maka dapat dikatakan bahwa komponen tersebut tidak konsisten dengan komponen-komponen lainnya untuk mendukung sebuah konsep. Dalam uji validasi dapat digunakan SPSS (*statistical product and service solutions*).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur kehandalan suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variable atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. (Ghozali, 2006:32) dalam (Khaerunnisa, 2020). SPSS (*statistical product and service solutions*) memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic cronbach alpha (α). suatu konstruk atau variable dikatakan reliable jika membrikan nilai cronbach alpha $>$ 0,05 (Ghozali, 2006:41-42) dalam (Khaerunnisa, 2020).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Tahapan pertama pelaksanaan analisis pada penelitian ini melalui uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik ini merupakan uji prasyarat yang dilakukan sebelum melakukan analisis lebih lanjut terhadap data yang telah dikumpulkan. Pengujian asumsi klasik ini ditujukan agar dapat menghasilkan model regresi yang memenuhi kriteria *BLUE (Best Linier Unbiased Estimator)*. Model regresi yang memenuhi kriteria BLUE dapat digunakan sebagai estimator yang terpercaya dan handal dimana estimator tersebut dinyatakan tidak bias, konsisten, berdistribusi normal dan juga efisien. Untuk mengetahui apakah model regresi yang akan digunakan telah memenuhi kriteria *BLUE* maka perlu dilakukan serangkaian pengujian yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas dan Uji Heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah tentang normalitas sebaran data, penggunaan uji normalitas karena dalam analisis statistik parametrik, asumsi yang harus dibuat oleh data adalah bahwa data tersebut berdistribusi normal (Suharyadi dan Purwanto, 2009: 231-232) dalam (Ilmiah, 2015). Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$, maka asumsi normalitas terpenuhi.

2. Uji Multikolinieritas

Melihat nilai tolerance : jika nilai tolerance lebih besar dari >10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas
Melihat nilai VIF : jika nilai VIF lebih kecil dari <10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas, (Ghozali, 2016) dalam (Gita, 2015)

3. Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika $\text{sig} > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika $\text{sig} < 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas, (Ghozali, 2016) dalam (Gita, 2015).

3.6.3 Uji Hipotesis

Perumusan hipotesis :

H1: Terdapat pengaruh Variabel *Perceived Ease Of Use (X1)*, berpengaruh terhadap *customer loyalty (Y)*.

H2: Terdapat pengaruh Variabel *Perceived Usefulness* (X2), berpengaruh terhadap *customer loyalty* (Y).

H3: Terdapat pengaruh Variabel *Perceived Ease Of Use* (X1), *Perceived Usefulness* (X2), secara bersama-sama berpengaruh terhadap *customer loyalty* (Y).

Tingkat kepercayaan 95 %, $\alpha = 0,05$

1. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T)

Uji signifikan parsial (uji t) atau individu digunakan untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variable terikat. Dasar pengambilan keputusan :

Jika nilai sig < 0,05, atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

Jika nilai sig > 0,05, atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

2. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Dasar pengambilan keputusan :

Jika nilai sig < 0,05, atau F hitung > dari F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Jika nilai sig > 0,05, atau F hitung < dari F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

3. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menunjukkan suatu proporsi dari varian yang dapat diterangkan oleh persamaan regresi terhadap varian total. Besarnya koefisien determinasi dirumuskan sebagai berikut:

$$R = \frac{n(a.\sum y + b1.\sum yx1 + b2.\sum yx2 + b3.\sum yx3) - (\sum y)^2}{n.\sum y^2 - (\sum y)^2}$$

Nilai R^2 akan berkisar 0 sampai 1. Nilai $R^2 = 1$ menunjukkan bahwa 100% total variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi atau variable bebas, baik x_1 , x_2 , maupun x_3 mampu menerangkan variable y sebesar 100%. Sebaliknya apabila $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa tidak ada total varian yang diterangkan oleh variable bebas dari persamaan regresi baik x_1 , x_2 , maupun x_3 , (Algifari, 2015) dalam (Gita, 2015).

3.6.4 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah regresi linier untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel *independen* yang jumlahnya lebih dari dua. (Suharyadi dan Purwanto, 2004:508) dalam (Ilmiah, 2015). Adapun persamaan model regresi berganda tersebut adalah

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

Keterangan:

Y : nilai prediksi dari Y

a : bilangan konstan

b_1, b_2, \dots, b_k : koefisien variabel

x_1 : *Perceived Ease Of Use*

x_2 : *Perceived Usefulness*

Model regresi dalam penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

$$P(Y) = a + b_1(BO) + b_2(LO)$$

Keterangan:

P : Produktivitas

b_1, b_2 : Koefisien regresi

a : konstanta