

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan sampel data numerik atau data berupa angka guna untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis yang bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2013)

3.2. Objek Penelitian

Objek penelitian 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. (Sugiyono, 2017).

Maka dari itu dalam penelitian ini menjadikan objek penelitian adalah untuk menganalisis variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian makanan melalui jasa pesan antar makanan secara online tahun 2022 yaitu : mahasiswa di Surabaya pengguna jasa shopeefood.

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. (Sugiyono, 2017)

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yaitu mahasiswa di Surabaya yang telah melakukan pembelian makanan secara online menggunakan jasa shopeefood pada tahun 2022 sebanyak 100 konsumen.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2017)

Dalam penelitian ini untuk menentukan jumlah sampel yaitu dengan menggunakan rumus Chocran. Karena jumlah populasi tidak diketahui, maka teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Chocran. (Sugiyono, 2017)

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

Z^2 = Tingkat keyakinan yang diperlukan dalam sebuah sampel

p = Peluang benar ($1 - p$)

q = Peluang salah ($1 - q$)

e^2 = Margin of error

Pada penelitian ini tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95%, dengan nilai Z^2 adalah 1,96 dan e^2 sebesar 10%. Pada peluang benar dan salah diasumsikan 50%. Maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$

$n = 96,04$ maka akan dibulatkan menjadi 97 responden

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel untuk melakukan penelitian ini adalah 97 responden. Namun agar hasil penelitian lebih maksimal maka akan dibulatkan kembali menjadi minimal 100 responden.

3.3. Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data berasal dari hasil kuesioner yang disebarikan kepada mahasiswa Surabaya yang telah melakukan pembelian makanan secara online menggunakan jasa shopeefood dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.

3.3.2 Sumber Data

1) Data Primer

Data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Sugiono, 2017)

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang artinya data yang diambil diperoleh secara langsung dari sumber asli dengan cara membagikan kuesioner kepada responden yang telah disusun berdasarkan variabel yang telah ditentukan.

Data penelitian ini diperoleh dari pengguna jasa shopeefood yang telah melakukan pembelian makanan secara online yaitu mahasiswa di Surabaya dengan rentan usia 18 sampai 30 tahun.

2) Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data yang tidak langsung menyajikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017). Berdasarkan pengertian tersebut maka data sekunder penelitian ini diperoleh dari data atau informasi internal perusahaan dan juga melalui website.

3.3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda, dengan mengumpulkan data primer yang berkaitan dengan objek penelitian. Data penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan hasil dari pengisian kuisisioner dengan jumlah 100 responden yaitu mahasiswa di Surabaya yang telah melakukan pembelian makanan secara online menggunakan jasa shopeefood dengan rentan usia 18 sampai 30 tahun.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan sebagai fokus utama, yaitu :

1. Variabel Terikat (Y)

Variabel Terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian Makanan Menggunakan Jasa Shopeefood.

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel Y

Variabel	Definisi	Indikaor	Item Kuesioner	Skala
Keputusan Pembelian Kotler dan Armstrong (2008)	Menurut Kotler dan Armstrong (2008) keputusan Pembelian adalah membeli merek yang disukai. Keputusan pembelian disini adalah keputusan untuk membeli produk makanan pada shopeefood.	1. Kemantapan pada sebuah produk shopeefood	Menentukan sendiri pilihan dengan memutuskan membeli makanan menggunakan jasa shopeefood	Likert
		3. Kebiasaan dalam membeli dan menggunakan produk shopeefood	sudah pernah melakukan pemesanan makanan secara online menggunakan jasa shopeefood	
		3. Memberi rekomendasi shopeefood kepada orang lain	mendapatkan rekomendasi dari seseorang yang pernah melakukan pemesanan makanan secara online menggunakan jasa shopeefood	
		4. Evaluasi terhadap produk	melihat review sebagai evaluasi setelah melakukan pemesanan makanan secara online menggunakan jasa shopeefood	
		5. Melakukan pembelian ulang	Merasa puas dengan jasa shopeefood dan merasa cocok sehingga melakukan pembelian ulang	

2. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau memberikan dampak terhadap variabel lainnya.

1. Promosi (X1)

Tabel 3. Definisi Operasional Variabel X1

Variabel	Definisi	Indikaor	Item Kuesioner	Skala
Promosi (Kotler & Keller, 2016)	Promosi adalah aktivitas untuk membujuk pelanggan atau sasaran pembelinya dengan cara mengkomunikasikan keunggulan produk atau jasa yang ditawarkan agar dapat menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.	(Mursid, 2013) 1.Iklan shopeefood	pernah melihat iklan shopeefood kemudian tertarik dan melakukan pembelian makanan menggunakan jasa shopeefood	Likert
		2.Promosi shopeefood	membeli makanan melalui shopeefood dikarenakan mendapat diskon	
		3.Penjualan Publisitas shopeefood	melihat postingan promo shopeefood di instagram kemudian melakukan pembelian makanan melalui shopeefood	

2. Kualitas Pelayanan Driver (X2)

Tabel 4. Definisi Operasional Variabel X2

Variabel	Definisi	Indikator	Item Kuesioner	Skala
Kualitas pelayanan driver (Kotler and Keller, 2016)	Kotler mengatakan bahwa pelayanan adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produknya mungkin tidak terikat dengan produk fisik.	Mengutip Parasuraman, Zeithmail, dan Berry 1988 oleh Tjiptono dan Chandra (2016)	driver shopeefood berpenampilan rapi dan bersih	Likert
		1. Tangible (bukti fisik) driver shopeefood		
		2. Reliability (keandalan) driver shopeefood	driver shopeefood dapat diandalkan dalam hal pemesanan makanan	
		3. Responsiveness (daya tanggap) driver shopeefood	driver shopeefood merespon dengan baik apabila konsumen shopeefood menambahkan pesan khusus melalui chat pada shopeefood	
		4. Assurance (jaminan dan kepastian) driver shopeefood	driver shopeefood membawa pesanan makanan dengan baik sampai ketangan konsumen	
		5. Empathy (empati) driver shopeefood	driver shopeefood memiliki sifat yang ramah	

3. Diskon Harga (X3)

Tabel 5. Definisi Operasional Variabel X3

Variabel	Definisi	Indikator	Item Kuesioner	Skala
Diskon harga (Tjiptono, 2007)	Potongan harga/ diskon merupakan salah satu jenis dari promosi penjualan. Potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu. Sedangkan promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan cara meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.	(Kotler, 2018)	besarnya potongan harga yang diberikan shopeefood sesuai	Likert
		1.Besarnya potongan harga makanan pada shopeefood	lama masa berlaku diskon harga pada shopeefood sesuai	
		2.Masa berlaku potongan harga makanan pada shopeefood	makanan yang mendapat potongan harga pada shopeefood sesuai	
		3.Jenis produk yang mendapatkan potongan harga makanan pada shopeefood		

4. Diskon Ongkos Kirim (X4)

Tabel 6. Definisi Operasional Variabel X4

Variabel	Definisi	Indikator	Item Kuesioner	Skala
Diskon ongkos kirim (Tjiptono, 2007).	Potongan harga/ diskon merupakan salah satu jenis dari promosi penjualan. Potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu. Sedangkan promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan cara meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.	(Kotler, 2018)	besarnya potongan ongkos kirim pada shopeefood sesuai	Likert
		1. Besarnya potongan harga ongkos kirim shopeefood		
		2. Masa berlaku potongan harga ongkos kirim shopeefood	masa berlaku potongan ongkos kirim shopeefood sesuai	
		3. Jenis produk yang mendapatkan potongan harga ongkos kirim shopeefood	makanan yang mendapatkan diskon ongkos kirim pada shopeefood sesuai	

3.5 Teknik Analisa Data

3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah uji ketepatan atau keakuratan sebuah data yang dilaporkan oleh peneliti pada sebuah penelitian dengan hasil asli yang diperoleh di lapangan (hasil yang disampaikan valid dan tidak direkayasa). (Sugiyono, 2017)

Adapun kriteria uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

- Data kuesioner dikatakan valid dan dapat diteliti lebih lanjut apa bila r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$.
- Data kuesioner dikatakan tidak valid apa bila r_{hitung} negatif dan $r_{hitung} < r_{tabel}$.
- Batas minimal nilai r_{tabel} yang diterima ialah $r = 0,1966$.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu alat ukur dapat diandalkan atau tidak. Pada penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah kuesioner. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut dapat diandalkan atau tidak. Uji reliabilitas dengan menggunakan metode Cronbach Alpha yang fokus pada nilai kritis sebesar 0,6. Suatu item kuesioner dapat dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha $>$ nilai kritis (0,6). (Sugiyono, 2017).

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat apakah pada suatu model regresi suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya memiliki distribusi normal atau tidak normal. Uji statistik ini menggunakan uji *One Kolmogorov Smirnov*, apabila nilai signifikan $>$ 0,05 atau 5% maka dapat dikatakan data memiliki distribusi normal dan begitu pula sebaliknya. (Ghozali, 2016)

3.5.2.2 Uji Multikolinearitas

Akan lebih baik apabila pada suatu model regresi tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Apabila variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Multikolinearitas dapat diketahui melalui nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Jika nilai tolerance lebih besar dari 0.1 dan nilai variance inflation factor lebih kecil dari 10 maka regresi bebas dari multikolinearitas. (Supriyono et al, 2016)

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian berbeda maka dapat disebut heteroskedastisitas. (Ghozali, 2016)

Untuk memastikan uji heteroskedastisitas yang dapat diamati melalui gambar *Scatterplot Model* dengan kriteria sebagai berikut :

- Penyebaran titik-titik data pada *Scatterplot Model* tidak berpola
- Titik-titik data tersebar dibagian atas dan bawah nilai 0, maupun berada disekitaran nilai 0
- Titik-titik data pada *Scatterplot Model* sebaiknya tidak berada hanya pada satu sisi. Contohnya hanya berada pada sisi atas atau sisi bawah saja.

3.5.2.4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi muncul dikarenakan observasi yang berurutan sepanjang waktu serta berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik yaitu model regresi yang bebas dari autokorelasi. (Ghazali, 2016)

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menguji autokorelasi yaitu dengan menggunakan *Durbin – Waston Test*, dengan ketentuan sebagai berikut:

- Nilai *Durbin – Waston* dibawah (-2), kesimpulan terjadi autokorelasi positif
- Nilai *Durbin – Waston* diantara (-2) sampai (+2), kesimpulan tidak terjadi autokorelasi

3.5.3 Uji Hipotesis

3.5.3.1 Uji Parsial (T)

Uji parsial (t) digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel independen, apakah variabel promosi (X1), kualitas pelayanan driver (X2), diskon harga (X3) dan diskon ongkos kirim (X4) benar-benar berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependennya yaitu keputusan pembelian (Y1). (Ghozali, 2005)

Kriteria :

1. Masing-masing variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat apabila tingkat signifikansi $< 0,05$.
2. Masing-masing variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat apabila tingkat signifikansi $> 0,05$.

3.5.3.2 Uji Simultan (F)

Uji simultan (f) merupakan uji untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu promosi (X1), kualitas pelayanan driver (X2), diskon harga (X3), dan diskon ongkos kirim (X4) benar-benar berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y1). (Ghozali, 2005)

Kriteria untuk menguji hipotesis yaitu dengan tingkat kepercayaan 95% atau taraf signifikansi sebesar 5%, maka :

1. Masing-masing variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat apabila tingkat signifikansi $< 0,05$.
2. Masing-masing variabel bebas secara simultan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat apabila tingkat signifikansi $> 0,05$.

3.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda (multiple regression). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (promosi, kualitas pelayanan driver, diskon harga dan diskon ongkos kirim) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Rumus persamaannya adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

e = Standart error

X₁ = Promosi

X₂ = Kualitas pelayanan driver

X₃ = Diskon harga

X₄ = Diskon ongkos kirim

β_1 = Koefisien regresi variabel promosi

β_2 = Kefisien regresi variabel kualitas pelayanan driver

β_3 = Koefisien regresi variabel diskon harga

β_4 = Koefisien regresi variabel diskon ongkos kirim

3.2.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien Determinasi (R^2) yaitu untuk mengukur seberapa jauh kemampuan dalam menerangkan variasi variabel independen secara simultan. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen kecil dan apabila nilai koefisien

mendekati 1 berarti variabel independen berpengaruh sangat kuat atau signifikan terhadap variabel dependen. (Ghozali, 2013)

