

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Lokasi dan Subyek Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini di Kantor Go-jek yang ada di Jl.Sudirman, Tangkerang tengah Marpoyan damai, kota Pekanbaru Riau 28125. Subyeknya Pengguna Jasa Go-jek yang ada di Pekanbaru.

#### 1.2. Operasional Variabel

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen/skala
Tarif (X <sub>1</sub> ) Definisi Tarif menurut (Kotler dan Amstrong, 2009) adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa.	Penetapan Tarif Tersegmentasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penetapan tarif berdasarkan produk</li> <li>- Penetapan tarif berdasarkan lokasi</li> <li>- Penetapan tarif berdasarkan waktu</li> </ul>	Likert
	Penetapan tarif psikologis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- menyesuaikan tarif untuk mempengaruhi secara psikologis</li> </ul>	Likert

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen/skala
Tarif( $X_1$ )	penetapan tarif promosi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan potongan tarif</li> <li>- Penetapan tarif yang menarik bagi pengguna</li> </ul>	Likert
	Penetapan tarif secara dinamis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penyesuaian tarif secara terus menerus</li> </ul>	Likert
Promosi ( $X_2$ ) Menurut (Kotler dan Amstrong, 2008) promosi adalah komunikasi dari perusahaan kepada konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkan dalam usaha membangun hubungan yang menguntungkan	Periklanan ( <i>advertising</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mempromosikan lewat internet</li> </ul>	Likert
	promosi penjualan ( <i>sales promotion</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- memberikan diskon jangka pendek</li> <li>- Jangka Panjang</li> </ul>	Likert
	hubungan masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> <li>- karyawan yang baik</li> <li>- memperbaiki, mempertahankan dan melindungi citra produk</li> </ul>	Likert
	Pemasaran langsung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplikasi Go-jek</li> </ul>	Likert

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen/skala
Keputusan Pembelian (Y) Menurut Zeithalm dalam Nugroho Setiadi (2010) keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau ada terhadap produk.	Pengenalan Kebutuhan	- Mobilisasi dari tempat satu ketempat lain	Likert
	Pencarian informasi	- Sumber dari pribadi - Sumber dari komersial	Likert
	Evaluasi Alternatif	- Menghindari Kemacetan - Tidak adanya kendaraan untuk berpergian	Likert
	Keputusan pembelian	- Memilih Go-jek karena Kuantitas pengguna	Likert
	Evaluasi Pasca Pembelian	- Ekspetasi konsumen terhadap Gojek terwujudkan	Likert

### **1.3. Populasi dan Sampel**

#### **1.3.1. Populasi**

Menurut sugiyono (2008), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: Obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan Karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini adalah para pengguna transportasi Go-jek online yang ada di Pekanbaru.

#### **1.3.2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008), Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna Gojek yang aktif. karena tidak dapat di pastikan jumlah penggunanya maka peneliti menetapkan hanya pengguna yang aktif dan pengguna baru minimal 3 kali menggunakan jasa Go-jek dan memiliki aplikasi Go-jek.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan non probability Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dimana tidak semua anggota populasi dalam posisi yang sama memiliki peluang untuk dipilih menjadi sampel. Metode pengambilan sampelnya menggunakan acidental sampling, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan siapa saja yang ditemui secara kebetulan sebagai sampel Dan Memiliki aplikasi Go-jek. Persyaratan yang dibuat sebagai kriteria yang harus dipenuhi sebagai sampel. Jadi dasar pertimbangannya ditentukan tersendiri oleh peneliti dikarenakan jumlahnya tidak diketahui pasti dan berukuran besar ditambah waktu yang tidak memadai.

Penentuan jumlah sampel minimum dihitung berdasarkan rumus berikut (hair et al 2010):

$$N = \{5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan}\}$$
$$= 5 \times 19 = 95$$

Dari perhitungan di atas, maka di peroleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 95 responden.

#### **1.4. Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan Sumber Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

##### **1.4.1. Data Primer**

yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian atau dari konsumen sebagai sampel kuesioner.

#### **1.5. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penyelesaian penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1.5.1. Angket/Kuesioner**

Yaitu pengumpulan data dengan mengajukan daftar pertanyaan kepada responden penelitian.

##### **1.5.2. Wawancara**

yaitu melakukan tanya jawab secara langsung dengan responden untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

### 1.5.3. Observasi

Yaitu metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung atau peninjauan secara cermat dan langsung di lapangan.

## 1.6. Teknik Analisis data

### 1.6.1. Metode analisis Deskriptif

Untuk mendapatkan hasil data dari variabel-variabel tersebut, maka penulis mentransformasikan data kualitatif dari kuesioner menjadi data kuantitatif dengan memberikan bobot atau skor nilai pada kuesioner. Untuk menentukan nilai jawaban setiap pertanyaan digunakan skala likert, yaitu skala yang dapat memperlihatkan tanggapan konsumen terhadap karakteristik suatu produk.

### 1.6.2. Metode Kuantitatif

#### a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah pengujian terhadap angket agar dapat diketahui valid atau tidaknya angket tersebut untuk suatu penelitian agar dapat tercapainya tujuan penelitian. Uji validitas ini menggunakan rumus *product moment* yakni dengan membandingkan antara  $r$  tabel dengan  $r$  hitung, jika  $r$  hitung  $\geq$   $r$  tabel maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid, namun jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka pertanyaan dinyatakan tidak valid. Selain itu menurut Azwar dan Soegiyono koefisien korelasi *product moment* dikatakan valid apabila melebihi 0,3. Rumus *product moment* yakni:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(\sum x^2 - (\sum x)^2/n)(\sum y^2 - (\sum y)^2/n)}}$$

keterangan:

- x = skor variabel (jawaban responden)  
 y = skor total dari variabel untuk responden ke-n  
 n = jumlah responden

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu pengujian kelanjutan setelah validitas, artinya suatu angket dapat dikatakan sah untuk dijadikan angket penelitian apabila telah diuji dengan menggunakan validitas dan reliabilitas. Maka, reliabilitas adalah suatu alat ukur untuk menguji konsistensi suatu angket untuk dapat dijadikan sebagai angket penelitian, suatu angket dapat dinyatakan reliabel apabila pengujian dilakukan tidak hanya satu kali dan hasil pengujian tersebut tetap sama. Umumnya pengujian reliabilitas ini menggunakan Cronbach Alpha, yakni dengan batasan 0,6 menurut Sekaran (1992) nilai reliabilitas yang kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Rumus Cronbach Alpha adalah sebagai berikut:

$$a = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{St^2} \right]$$

Keterangan:

- a = Reliabilitas (koefisien Alfa)  
 k = Banyaknya butir item/soal

$\sum si^2$  = Jumlah varian butir soal

$St^2$  = Varian total

n = Jumlah responden

### 3.6.3. Uji Prasyarat Analisis

#### a. Uji Normalitas

Uji ini merupakan uji kelayakan sebuah data untuk dianalisis, jika data tersebut berdistribusi normal maka dapat digunakan uji statistik parametrik dan sebaliknya jika data tidak berdistribusi normal maka pengujian dilakukan dengan menggunakan statistik nonparameterik, salah satu cara untuk menguji kenormalan suatu data penelitian yaitu dengan menggunakan uji Kolmogorov-smirnov. Yaitu dengan cara melihat nilai signifikasi, apabila signifikasi  $> 0,05$  maka data dinyatakan berdistribusi normal, dan apabila signifikasi  $< 0,05$  maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Berikut langkah-langkah pengujian dengan menggunakan uji Kolmogorov-smirnov:

- a. Membuat hipotesis
- b. Menentukan taraf signifikasi yaitu 5% atau 0,05
- c. Menentukan signifikasi D tabel yaitu  $n_1$  dan  $n_2$

$$D_{0,05} = \frac{\sqrt{n_1 + n_2}}{n_1 n_2}$$

- d. Menentukan hipotesis



### b. Uji Heteroskedastisitas

Yaitu keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik tidak seharusnya terjadi heteroskedastisitas dan berlaku sebaliknya jika model regresi yang tidak baik seharusnya terjadi heteroskedastisitas. Banyak jenis pengujian untuk menentukan heteskedastisitas, namun pada penelitian ini digunakan uji koefisien korelasi Spearman's rho. Karakteristik dari pengujian ini yaitu apabila nilai signifikansi antara variabel independen dengan variabel residual  $> 0,05$  maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dinyatakan terjadi heteroskedastisitas. Berikut merupakan rumusnya:

$$p_{xy} = \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

Keterangan:

$P_{xy}$  = Koefesien korelasi Rank Spearman

6 = Konstanta

$d^2$  = Kuadrat selisih antar rangking dua variabel yang dalam hal

ini adalah rangking selisih nilai residual mutlak dan variable bebas

N = Jumlah pengamatan

### c. Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas artinya suatu keadaan dimana terjadinya hubungan linear yang sempurna bahkan mendekati sempurna (1) antara variabel- variabel independen penelitian. Sama seperti heteroskedastisitas, jenis regresi yang baik tidak seharusnya

terjadi multikolonieritas. Dalam menentukan multikolonieritas dapat dilakukan dengan dua metode, yakni:

- a. dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan determinasi serentak ( $R^2$ )
- b. dengan melihat nilai *tolerance* dan *inflation factor* (VIF) pada model regresi.

karakteristik pada pengujian VIF yaitu apabila nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,1, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolonieritas. Dengan rumus sebagai berikut:

$$VIF(X_h) = \frac{1}{1 - R_h^2}$$

Dengan adalah  $R_h^2$  korelasi kuadrat dari  $X_h$  dengan variabel bebas lainnya.

### 3.6.4. Uji Hipotesis

#### a. Analisa Regresi Linear Berganda

Analisa Regresi linear berganda digunakan untuk meramalkan pengaruh dua atau lebih variabel predictor (variabel bebas) terhadap satu variabel kriterium (variabel terikat) atau untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional antara dua buah variabel bebas (X) atau lebih dengan sebuah variabel terikat.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y= Keputusan Konsumen

A= konstanta

B= koefisien regresi

X1= Harga

X2= Promosi

E= *Error*

**b. Uji t (Parsial)**

Rumus uji t digunakan untuk melihat pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Maka dalam penelitian ini akan dilihat secara parsial antara variabel harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y), variabel promosi (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Berikut merupakan langkah-langkah pengujian uji t:

a. Merumuskan hipotesis

1. Variabel harga (X1)

(H<sub>0</sub>: b<sub>1</sub> = 0)

H<sub>0</sub>: Harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

(H<sub>a</sub>: b<sub>1</sub> ≠ 0)

2. Variabel promosi (X2)

(H<sub>0</sub>: b<sub>2</sub> = 0)

H<sub>0</sub>: Promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

(H<sub>a</sub>: b<sub>2</sub> ≠ 0)

H<sub>a</sub>: Promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian

b. Taraf signifikansi yaitu 0,05 atau 5%

- c. menentukan t hitung (pada tabel coefficients) dan t table
- d. kriteria pengujian hitung

t Hitung  $\leq$  t tabel maka H0 diterima

t hitung  $>$  t tabel maka H0 ditolak

dengan rumus sebagai berikut:

$$Sb_1 = \sqrt{s_e^2 + \frac{\sum x_2^2}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}}$$

$$Sb_2 = \sqrt{s_e^2 + \frac{\sum x_1^2}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}}$$

$$s_e = \frac{\sqrt{\sum e_i^2}}{n-3} = \frac{\sqrt{\sum y^2 - b_1 \sum X_1 Y - b_2 \sum x_2 y}}{n-3}$$

Keterangan:

X1= Variabel bebas ke satu

X2= Variabel bebas ke dua

Y= Variabel terikat

### c. Uji f (simultan)

Rumus uji f digunakan untuk melihat pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Maka dalam penelitian ini

akan dilihat seberapa besar pengaruh secara simultan yaitu antara variabel independen (harga, dan promosi) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

Langkah-langkah pengujian uji f yaitu sebagai berikut:

a. Menentukan hipotesis

$$H_0: b_1 = b_2 = 0$$

Harga dan promosi secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

$$H_a: b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$$

Harga dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

b. Taraf signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 atau 5 %

c. Menentukan F hitung (dari tabel ANOVA) dan F tabel

d. Kriteria pengujian

F hitung  $\leq$  F tabel maka  $H_0$  diterima

F hitung  $>$  F tabel maka  $H_0$  ditolak

$$F_0 = \frac{R^2(n - k - 1)}{k(1 - R^2)}$$

Keterangan:

n= jumlah subjek

k= jumlah variabel bebas

#### d. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi merupakan angka yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan suatu variabel atau beberapa variabel bebas (X) terhadap naik atau turunnya variabel terikat (Y). Signifikansi nilai penentu yaitu berada pada taraf 0-1 ( $0 \leq KP \leq 1$ ). Maka kriteria penentuannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai koefisien penentu ( $KP$ ) = 0, berarti tidak ada pengaruh antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).
- b. Jika nilai koefisien penentu ( $KP$ ) = 1, berarti naik/turunnya variabel dependen (Y) adalah 100% dipengaruhi oleh variabel independen (X).

Jika nilai koefisien penentu ( $KP$ ) berada diantara 0 dan 1 ( $0 < KP < 1$ ) maka besarnya pengaruh variabel independen terhadap naik/turunnya variabel dependen adalah sesuai dengan nilai  $KP$  itu sendiri, dan selebihnya berasal dari faktor-faktor lain.

Koefisien penentu ( $KP$ ) atau koefisien determinasi ( $KD$ ) dirumuskan:

$$KP = (KK)^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KK = koefisien korelasi