

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian eksplanatori kuantitatif. Penelitian eksplanatori merupakan suatu metode yang bersifat menerangkan pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya.

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>1</sup>

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan asosiatif. Penelitian asosiatif yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan/pengaruh. Adapun jenis penelitian asosiatif yang digunakan adalah asosiatif kausal. Asosiatif kausal adalah hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subjek. Data subjek adalah jenis data penelitian berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subjek penelitian.

### B. Populasi dan Sampel Penelitian

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>2</sup> Populasi dari penelitian ini dikategorikan sebagai tak terhingga, yaitu elemen yang sukar dicari batasannya. Maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pengguna jasa Sicepat Ekspres Demak.

---

<sup>1</sup> Sugiyono. “*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”. (Bandung: Alfabeta, 2016).

<sup>2</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Bisnis*”, (Bandung: Alfabeta, 2017), 136.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut.<sup>3</sup> Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan bisa mewakili anggota populasi. Sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penarikan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu.<sup>4</sup> Adapun penentuan sampel dilihat dengan beberapa pertimbangan, sebagai berikut:

- Responden yang telah menggunakan jasa Sicepat Ekspres Demak selama 3 bulan terakhir, karena jangka waktu tersebut dianggap relevan menjawab setiap pertanyaan.
- Responden yang berumur 17-45 tahun, karena dianggap telah mampu menjawab dan mengerti setiap pertanyaan.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui. Berikut rumus Lemeshow:<sup>5</sup>

$$n = \frac{z^2 P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

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

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat dihitung jumlah sampel:

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

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden. Alasan peneliti membulatkan sampel menjadi 100 dengan pertimbangan bahwa jumlah sampel tersebut cukup representatif untuk mewakili populasi.

---

<sup>3</sup> A. Muri Yusuf, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*”, (Jakarta : Kencana, 2014), 15.

<sup>4</sup> Burhan Bungin, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”, Cetakan ke1, 116.

<sup>5</sup> Lemeshow, S., Hosmer, D.W., Klar, J., Lwanga, S.K. “*Besar Sampel dalam Penelitian Kesehtana*”. (Yogyakarta: Gajahmada University Press. 2013), 89.

**C. Tata Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>6</sup> (Sugiyono, 2014). Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel Dependen

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti. Variabel dependen yaitu variabel yang nilainya tergantung dari variabel lain, dimana nilainya akan berubah jika variabel yang mempengaruhinya berubah. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengambilan keputusan pembelian.

2. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang tidak tergantung pada variabel yang lainnya. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif. Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

- a. Ketidakpuasan konsumen ( $X_1$ )
- b. Diskon ( $X_2$ )
- c. Perilaku konsumen ( $X_3$ )

**D. Definisi Operasional**

Konsep definisi operasional yang akan dijadikan acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1

Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Keputusan pembelian (Y)	Keputusan konsumen merupakan suatu proses dimana konsumen melakukan	a. Pencarian Informasi b. Evaluasi alternative c. Perilaku setelah penggunaan. <sup>8</sup>	Likert

<sup>6</sup> Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”, (Bandung: Alfabeta, 2017), 38.

<sup>8</sup> Schiffman, Leon and Kanuk, Leslie Lazar, “Perilaku Konsumen”, Edisi Ketujuh, (Jakarta: PT. Indeks, 2016), 46.

	<p>penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.<sup>7</sup></p>		
<p>Ketidakpuasan konsumen (<math>X_1</math>)</p>	<p>Ketidakpuasan konsumen merupakan suatu keadaan dimana antara pengharapan dan kebutuhan tidak terpenuhi maka konsumen bisa saja beralih ke jasa pengiriman barang yang lain.<sup>9</sup></p>	<p>a. Harga b. Manfaat c. Keinginan<sup>10</sup></p>	<p>Likert</p>
<p>Diskon (<math>X_2</math>)</p>	<p>diskon adalah pengurangan langsung terhadap harga atas pembelian selama satu</p>	<p>a. Besar potongan harga b. Masa Potongan Harga c. Jenis Produk yang mendapat</p>	<p>Likert</p>

<sup>7</sup> Amirullah, “Perilaku Konsumen”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2017), 62.

<sup>9</sup> Shellyana Junaidi, “Pengaruh KetidakPuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, danKebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek”, (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia Vol. 17, No.1, 2002), 94.

<sup>10</sup> Nuromavita Inka dan Euis Soliha . “Pengaruh Ketidakpuasan konsumen, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Perpindahan Merek Sepeda Motor Yamaha”. (Jurnal Ekonomi, 2016).

	periode tertentu. <sup>11</sup>	potongan harga. <sup>12</sup>	
Perilaku konsumen ( $X_3$ )	Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. <sup>13</sup>	a. Merek Produk b. Pengetahuan tentang Produk c. Perasaan seseorang terhadap produk d. Kenyamanan Berbelanja Membandingkan harga suatu produk. <sup>14</sup>	Likert

**E. Teknik Pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan rangkaian pertanyaan yang berhubungan dengan topik tertentu kepada sekelompok individu dengan maksud untuk memperoleh data.<sup>15</sup> Didalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan cara membagikan kuesioner/angket tertutup dimana responden hanya memilih jawaban yang sudah disediakan.

Didalam penelitian ini, instrument yang digunakan berupa kuesioner atau angket yang berupa pertanyaan. Bentuk pertanyaan

<sup>11</sup> Suharno dan Yudi Sutarso. “*Marketing In Practice*”. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 275.

<sup>12</sup> Sutisna, “*Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*”, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 77.

<sup>13</sup> Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.” *Manajemen Pemasaran*”, edisi 12 Jilid 1. & 2. (Jakarta: PT. Indeks, 2016). 65.

<sup>14</sup> Solomon. . “*Perilaku Konsumen*”. (Jakarta: Widya Medika, 2009).

<sup>15</sup> Muri Yusuf, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*”, (Jakarta: Kencana, 2019), 199.

yang digunakan adalah pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup merupakan pertanyaan alternative jawaban responden dan telah disediakan oleh peneliti. Pertanyaan tertutup akan membantu responden untuk menjawab dengan cepat. Dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang telah terkumpul

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, secara berurutan yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Dapat diukur dengan menggunakan skala likert, yaitu:

- |                              |          |
|------------------------------|----------|
| 1. Sangat Setuju (SS)        | = Skor 5 |
| 2. Setuju (S)                | = Skor 4 |
| 3. Kurang Setuju (KS)        | = Skor 3 |
| 4. Tidak Setju (TS)          | = Skor 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju (STS) | = Skor 1 |

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah upaya untuk memeriksa terhadap akurasi hasil penelitian dengan menerapkan prosedur-prosedur tertentu.<sup>16</sup> Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Kriteria uji validitas adalah dengan membandingkan nilai  $r$  hitung terhadap nilai  $r$  tabelnya, apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka instrument penelitian dapat dikatakan valid, namun apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka instrument penelitian dapat dikatakan invalid.<sup>17</sup>

#### b. Uji Reabilitas

Reabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa instrument cukup atau dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Data dikatakan reliable apabila nilai  $\alpha$  lebih dari 0,60 dan jika nilai kurang dari 0,60 maka data dikatakan

<sup>16</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*", Cet. XXIII", (Bandung: Alfabeta, 2016), 243.

<sup>17</sup> Budi Darma, "*Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*", (Jakarta: Guepedia, 2021), 7.

tidak realibel. Uji reabilitas dilakukan setelah semua pertanyaan-pernyataan telah diuji kevalidannya. Uji reabilitas dilakukan apakah kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali untuk responden yang sama. Untuk menguji reabilitas instrument menggunakan bantuan program SPSS.<sup>18</sup>

## 2. Uji Prasyarat

Model regresi dapat disebut sebagai model yang baik digunakan apabila model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan bebas dari asumsi klasik statistik baik itu uji multikolineritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas.

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data variable bebas dan data variable terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Pengujian ini menggunakan uji statistik dengan nonparametrik kolmogorof-smirnov. nilai signifikan dari residual yang berdistribusi normal adalah jika hasil Kolmogorov Smirnov menunjukkan nilai signifikan diatas 0,05.<sup>19</sup>

### b. Uji Multikolineritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Dalam penelitian ini nilai tolerance dan Variance Inflation Vactor (VIP) digunakan untuk mendeteksi adanya masalah multikolenaritas. Kedua ukuran tersebut menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. Apabila suatu model regresi memiliki nilai tolerance  $\leq 0,10$  atau sama dengan nilai VIP  $\geq 10$ . Maka telah terjadi multikolineritas. Sebaiknya, apabila suatu model regresi memiliki nilai tolerance  $\geq 0,10$  atau sama dengan nilai VIP  $\leq 10$  maka tidak terjadi multikolineritas.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Duwi Priyatno, “SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis”. (Yogyakarta: CV. Andi Offset 2016), 90.

<sup>19</sup> Ce Gunawan, “Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data dengan IBM SPSS Statistic 25)”, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 141.

<sup>20</sup> Ce Gunawan, “Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data dengan IBM SPSS Statistic 25)”, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 142.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas merupakan salah satu faktor yang menyebabkan model regresi linear sederhana tidak efisien dan akurat, juga mengakibatkan penggunaan metode kemungkinan maksimum dalam mengestimasi parameter (koefisien) regresi akan terganggu. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji Glesjer. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatanlain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan Uji Glesjer. Yaitu mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Pengambilan keputusan mengenai heteroskedastisitas adalah jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 (probability value  $\geq 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas gejala heteroskedastisitas.<sup>21</sup>

### 3. Pengujian Hipotesis

a. Uji regresi linier ganda

Regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen.<sup>22</sup> Uji regresi linier ganda dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh ketidakpuasan konsumen ( $X_1$ ), diskon ( $X_2$ ) dan perilaku konsumen ( $X_3$ ) terhadap pengemabilan keputusan pembelian ( $Y$ ). Untuk menguji hipotesis digunakan rumus persamaan analisis regresi linier berganda:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Keterangan :

Y = Variabel keputusan pembelian jasa

$X_1$  = Variabel ketidakpuasan konsumen

---

<sup>21</sup> Duwi Priyatno, "SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis". (Yogyakarta: CV. Andi Offset 2016), 91.

<sup>22</sup> Imam Ghazali, "Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21". (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 134-135.

- $X_2$  = Variabel diskon
- $X_3$  = Variabel perilaku konsumen
- $\alpha$  = Nilai konstanta
- $b_1$  = Koefisien regresi ketidakpuasan konsumen
- $b_2$  = Koefisien regresi diskon
- $b_3$  = Koefisien regresi perilaku konsumen

b. Uji Koefisien Regresi secara parsial (Uji-t)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi uji parsial pada data penelitian ini ditetapkan sebesar 0,05. Kriteria pengujian dengan taraf signifikansi 5% adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan < dari 0,05 dan thitung > ttabel, maka faktor independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) jika nilai signifikansi > 0,05 dan thitung > ttabel, maka tidak ada pengaruh yang signifikan dari faktor independen terhadap variabel dependen.<sup>23</sup>

c. Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji-f)

Untuk mengetahui apakah dua atau lebih dari variabel independen memiliki pengaruh aditif terhadap variabel dependen, menggunakan uji pengaruh bersama-sama. Kriteria pengujian dengan taraf signifikansi 5% adalah sebagai berikut:

- 1) Bila nilai probabilitas signifikansi < 0,05, dan f hitung > f tabel, maka semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Bila nilai probabilitas signifikansi > 0,05, dan f hitung < f tabel, maka semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.<sup>24</sup>

d. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) berusaha untuk mengkuantifikasi sejauh mana variasi dalam variabel dependen dapat sebagian besar atau secara bersamaan dijelaskan oleh variabel independen. Koefisien determinasi ini memiliki nilai antara 0 sampai dengan 1 ( $0 < R^2 < 1$ ).

---

<sup>23</sup> Imam Ghazali, “Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 134-135.

<sup>24</sup> Imam Ghazali, “Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 134-135.

Nilai  $R^2$  yang rendah menunjukkan bahwa kapasitas variabel independen untuk menjelaskan variasi dalam variabel dependen sangat dibatasi. Variabel independen, bagaimanapun, menawarkan hampir semua informasi yang diperlukan untuk meramalkan variasi dalam variabel dependen jika nilainya mendekati satu<sup>25</sup>



---

<sup>25</sup> Imam Ghazali, “*Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21*”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 134-135.