

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan jenis penelitian korelasional yang ditujukan untuk mengetahui hubungan suatu variabel dengan variabel-variabel lain. Menurut Yusuf penelitian korelasional juga disebut *Associational Research* adanya korelasi atau hubungan sebab akibat dari suatu variabel terhadap variabel lainnya.¹

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yang menurut Sugiyono, metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena sudah cukup lama digunakan sehingga sudah menjadi tradisi untuk metode penelitian.² Menurut Yusuf dalam bukunya penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang memandang tingkah laku manusia dapat diramal, objektif, dan dapat diukur. Oleh karena itu, penggunaan penelitian kuantitatif dengan instrumen yang valid dan reliabel serta analisis statistik yang sesuai dan tepat menyebabkan hasil penelitian yang dicapai tidak menyimpang dari kondisi yang sesungguhnya.

B. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan sebuah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Berdasarkan ukuran populasi, ada dua jenis populasi yaitu populasi berhingga (terbatas) dan tak berhingga (tak terbatas). Pada penelitian ini menggunakan jenis populasi tak berhingga (tak terbatas), karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Populasi pada penelitian ini adalah para konsumen Rocket Chicken yang menggunakan aplikasi Grab dengan jumlah 1.500 konsumen dalam 1 bulan.³

¹ Muri Yusuf, “*Metode Penelitian Kuantitatif Dan Penelitian Gabungan*”, (Jakarta: Kencana, 2014), 64.

² Sugiyono, “*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*” (Bandung: Alfabeta, 2013), 13.

³ Boediono dan Wayan Koster, *Teori dan Aplikasi Statistika dan Probabilitas*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2014), 363.

Kemudian setelah menetapkan populasi maka langkah selanjutnya adalah sampel. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang telah dimiliki oleh populasi. Apabila populasi semakin besar maka seorang peneliti tidak mungkin mengambil seluruh populasi untuk dijadikan sampel penelitian, oleh karena adanya keterbatasan dari berbagai hal, sehingga peneliti menggunakan sampel yang representatif sehingga dapat mewakili dari keseluruhan populasi dan harus valid.⁴

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *probability sampling* yakni teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan metode sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah *Random Sampling* yaitu merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan pengambilan anggota sample dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.⁵

Dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yang jumlah populasinya tidak diketahui atau tak terhingga, berikut rumus Slovin yaitu

Jumlah konsumen di Rocket Chicken adalah tidak diketahui. Maka sample yang diambil sebagai penelitian dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat eror 10% = 0,1 adalah :

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

keterangan:

n = Jumlah sampel minimal

N = Jumlah populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+N.e^2} \\ &= \frac{1500}{1+1500 (0,1)^2} \\ &= \frac{1500}{1+15} \end{aligned}$$

⁴ Boediono dan Wayan Koster, *Teori dan Aplikasi Statistika dan Probabilitas*, 365.

⁵ Sugiyono, “*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, 124.

$$= \frac{1500}{16}$$

$$= 93,75$$

Dengan demikian, berdasarkan penjumlahan ukuran sampel di atas, jumlah responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 94 responden.

C. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian yaitu segala sesuatu hal yang berbentuk apapun dan telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh informasi mengenai hal tersebut kemudian dapat ditarik kesimpulan. Adapun jenis-jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah⁶ :

1. Variabel bebas (*variabel independen*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mampu mempengaruhi atau menjadi sebab adanya perubahan ataupun timbulnya variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini menggunakan 3 variabel bebas (X) dengan promosi di Grab Food sebagai X1, label halal sebagai X2, dan Kualitas Pelayanan sebagai X3.

2. Variabel terikat (*variabel dependen*)

Variabel terikat merupakan variabel yang telah dipengaruhi ataupun menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian menggunakan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat.

Sedangkan definisi operasional variabel yakni variabel dari penelitian yang dimaksudkan untuk memahami isi atau arti dari setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen, serta sumber pengukuran. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini akan tersaji dalam tabel berikut ini :

⁶ Imam ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2017), 221.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Promosi di Grab Food	Promosi merupakan hal yang sangat penting untuk meningkatkan <i>revenue</i> . Tanpa kegiatan promosi, perusahaan tidak dapat memperoleh pelanggan sesuai yang diharapkan. ⁷	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konteks 2. Komunikas 3. Kolaborasi 4. Koneksi 	Likert
2.	Label Halal	Label halal adalah tanda “HALAL” yang dicantumkan dalam kemasan produk. ⁸	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keamanan 2. Nilai keagaamann 3. Kesehatan 4. Kekhususan 	Likert
3.	Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan merupakan evaluasi konsumen tentang kesempurnaan kinerja layanan. Kualitas pelayanan bersifat dinamis yaitu berubah menurut tuntutan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangibles</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Emphaty</i>⁹ 	Likert
4.	Keputusan Pembelian	keputusan pembelian yaitu salah satu tahapan konsumen dalam menentukan pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar melakukan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan 	Likert

⁷ Freddy Rangkuti, *Mengukur Efektivitas Program Promosi & Analisis Kasus Menggunakan SPSS*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), 1.

⁸ Zulham, “*Hukum Perlindungan Konsumen*”, (Jakarta: Kencana, 2013), 110.

⁹ Husein Umar, *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*,(Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000),48.

		pembelian terhadap suatu produk. ¹⁰	5. Perilaku pasca pembelian	
--	--	--	-----------------------------	--

D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Kesimpulan dari penelitian yang berupa jawaban penelitian harus dibuat berdasarkan hasil pengujian data. Oleh karena itu, data penelitian yang sudah terkumpul dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden perlu di uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Sehingga dapat menentukan seberapa tingkat kualitas jawaban yang didasarkan oleh kualitas data yang diuji dan instrumen yang dibuat untuk keperluan mengumpulkan data penelitian. Kesimpulan sebuah penelitian bisa salah jika data yang digunakan tidak valid dan reliabel.¹¹

1. Uji Validitas

Menurut Azwar validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya.¹² Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, untuk *degree of freedom* (df) = n-2. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Dengan sig 10%. Jika r hitung > r tabel dan bernilai positif maka variabel tersebut valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Azwar, reliabilitas merupakan uji keajegan atau konsistensi alat ukur.¹³ Uji ini dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang berasal dari indikator variabel, dapat dikatakan reliabel jika jawaban responden pada pernyataan-pernyataan adalah konsisten

¹⁰ Philip kotler Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*,(Jakarta: PT Prenhallindo, 2000),204-209..

¹¹ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta : BPFE Yogyakarta, 2002), 179-180.

¹² Toto Syatori Nasehudin, Nanang Gozali, "Metode Penelitian Kuantitatif",(Bandung: Pustaka Setia, 2012),206.

¹³ Toto Syatori Nasehudin, Nanang Gozali, "Metode Penelitian Kuantitatif",208.

dari waktu-ke waktu. Suatu data dapat dikataakan reliabel jika output nilai dari *cronbach alpha* > 0,6.

E. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti dapat mengungkap informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitiannya disebut dengan teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pernyataan atau pertanyaan secara tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan atau pernyataan terbuka bagi data responden. Bentuk umum sebuah kuesioner terdiri dari bagian pendahuluan yang berisikan petunjuk pengisian angket, bagian identitas responden, kemudian baru memasuki bagian isi kuesioner, yang berisikan daftar pernyataan ataupun pertanyaan yang harus diisi oleh responden.¹⁴

2. Studi Pustaka

Analisis dari dokumen ini akan lebih menarah pada bukti konkrit dengan cara menganalisis isi dari dokumen-dokumen yang sudah ada, literatur terkait serta sumber-sumber lain yang dianggap mendukung untuk penelitian ini.¹⁵

3. Observasi

Observasi merupakan aktivitas untuk mengetahui sesuatu dari fenomena-fenomena, aktifitas tersebut didasarkan pada pengetahuan dan gagasan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi dari objek yang diteliti. Metode observasi dilakukan dengan cara melihat langsung objek penelitian.¹⁶

¹⁴ Burhan Bungin, "Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu Sosial Lainnya Ed.2" (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2005), 133.

¹⁵ Wiratna sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015), 81

¹⁶ Burhan Bungin, "Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu Sosial Lainnya" 133

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model sebuah regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji T dan uji F akan mengansumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar atau tidak sesuai maka sebuah uji menjadi tidak sah untuk jumlah sampel kecil. Untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak, dapat diukur dengan analisis grafik dan statistik. Pengujian secara statistik cenderung lebih valid jika dibandingkan dengan analisis grafik, salah satu metodenya adalah uji *Kolmogorof Smirnov*. Dalam metode ini dapat dikatakan normal jika nilai *Asym sign* nya $> 0,05$.¹⁷

b. Uji multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji suatu model regresi apakah terdapat korelasi antar variabel bebas, jika tidak terjadi korelasi antara variabel bebas maka model regresi tersebut baik. Jika terjadi korelasi antar variabel maka ini dv variabel-variabel tersebut ortogonal. Ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* $< 0,10$.¹⁸

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika terjadi hal yang demikian maka disebut Homokedastisitas. Model regresi dapat dinyatakan baik jika terjadi homokedastisitas. Guna mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat ada

¹⁷ Imam ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, 160-165

¹⁸ Imam ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, 161

tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah yang telah di prediksi dan sumbu X adalah residual yang telah di *studentized*. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heterokedastisitas dalam suatu regresi.¹⁹

2. Uji Hipotesis

a. Uji-t

Uji-t hakikatnya menunjukkan seberapa jauh pengamatan suatu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (dependen). Untuk mengukur uji-t dapat dengan membandingkan t hitung dan t tabel. Jika t hitung > t tabel maka hipotesis alternatif diterima.²⁰

Dalam penelitian ini hipotesis nol dan hipotesis alternatifnya adalah :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara variabel promosi di Grab Food, label halal, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi Grab pada masa pandemi Covid-19.

H_1 : Terdapat pengaruh antara variabel promosi di Grab Food terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi Grab pada masa pandemi Covid-19.

H_2 : Terdapat pengaruh antara variabel label halal terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi Grab pada masa pandemi Covid-19.

H_3 : Terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi Grab pada masa pandemi Covid-19.

b. Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji apakah populasi sampel yang diambil memiliki korelasi multiple nol atau apakah terdapat sebuah relasi yang signifikan antara variabel-variabel bebas (independen)

¹⁹ Imam ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, 162

²⁰ Imam ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, 140

dengan variabel terikat (dependen). Tingkat signifikansi yang digunakan untuk mengukur dalam uji ini adalah 5% atau 0,05 dengan kriteria pengujian H_0 diterima bila $F_{hitung} > F_{tabel}$.

c. Koefisien determinan (R^2)

Koefisien determinasi merupakan cara mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menjelaskan atau menerangkan variasi dari variabel bebas. Nilai dari koefisien determinasi akan muncul antara 0 dan 1 titik nilai koefisien determinasi yang kecil mengartikan bahwasanya variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati angka 1 atau semakin besar menunjukkan variabel bebas dapat memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.²¹

d. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda membahas hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Persamaan regresinya adalah :

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

Penjelasan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi untuk variabel X_1, X_2, X_3

X_1 = Promosi di Grab Food

X_2 = Label Halal

X_3 = Kualitas Pelayanan

e = Variabel independen lain dari luar model regresi.²²

²¹ Imam ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 97.

²² Richard Lungun, *Aplikasi Statistik dan Hitungan Peluang*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 332.