

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan

Menurut Sugiyono metode penelitian adalah Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.⁵⁵

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif yang dikutip dari Sugiyono bahwa Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁵⁶

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian asosiatif. Definisi metode penelitian asosiatif menurut Sugiyono bahwa penelitian asosiatif adalah suatu pernyataan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.⁵⁷

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh antara persepsi manfaat, *e-service quality* dan bauran promosi terhadap minat beli ulang *fintech* DANA payment.

B. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh objek yang menjadi sasaran penelitian atau pengamatan dan memiliki sifat-sifat yang sama.⁵⁸

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013): 5

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 8.

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 36.

⁵⁸ Nuryadi, "*Dasar-Dasar Statistik Penelitian*", (Yogyakarta: SIBUKU MEDIA, 2017), 10.

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁹

Dengan kata lain, populasi adalah himpunan keseluruhan objek yang diteliti.

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2017 yang berjumlah 642 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil untuk dijadikan objek pengamatan langsung dan dijadikan dasar dalam pengambilan kesimpulan.⁶⁰

Menurut Sugiyono, Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁶¹

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat dua teknik sampling yaitu *Probability Sampling* dan *Non Probability Sampling*. Dalam teknik *Non Probability Sampling* ada beberapa macamnya, salah satunya yaitu *Snawball Sampling*.

Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Snawball Sampling*. Pengertian *Snawball Sampling* menurut Sugiyono adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Ibarat bola salju yang menggelinding yang lama-lama menjadi besar.⁶²

Sampel yang digunakan yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus 2017 berjumlah 40 Mahasiswa.

C. Definisi dan Operasional Variabel

1. Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 80.

⁶⁰ □Nuryadi, "Dasar-Dasar Statistik Penelitian, 10.

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 81.

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 85.

variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶³

Dalam penelitian ini, sesuai dengan judul penelitian yang diambil oleh penulis, maka pengelompokan variabel-variabel tersebut dibagi menjadi dua variabel yaitu:

a. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁶⁴

Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah persepsi manfaat (X1), *e-service quality* (X2), dan bauran promosi (X3).

b. Variabel Dependen (variabel terikat)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁶⁵

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli ulang (Y).

2. Operasional Variabel Penelitian

Adapun konsep operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 3. 1
Operasional Variabel Penelitian

No.	Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
1	Persepsi Manfaat (X1)	Davis (1989), persepsi manfaat merupakan sejauh mana orang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi	a. Mempercepat pekerjaan b. Meningkatkan kinerja pekerjaan c. Meningkatkan produktivitas d. Meningkatkan efektivitas e. Mempermudah	Likert

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013) 38.

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 39.

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 39.

		akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. ⁶⁶	f. pekerjaan Bermanfaat ⁶⁷	
2	<i>E-Service Quality</i>	<i>E-service quality</i> merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. ⁶⁸	a. <i>Efficiency</i> b. <i>Fulfillment</i> c. <i>Reability</i> d. <i>Privacy</i> e. <i>Responsiveness</i> f. <i>Compensation</i> g. <i>contact</i> . ⁶⁹	Likert
3	Bauran Promosi	Cara yang ditempuh oleh perusahaan dalam usaha memberikan informasi tentang produk	a. <i>Advertising</i> (Iklan) b. <i>Sales promotion</i> (promosi penjualan) c. <i>Direct marketing</i> (penjualan langsung) d. <i>Personal Selling</i> (Penjualan Personal) ⁷⁰	Likert

⁶⁶ Khoirul Basyar, Sanaji, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening,” *Bisma-Bisnis Dan Manajemen* 8, No. 2 (2016): 206

⁶⁷ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keprilakuan*, 152.

⁶⁸ Philip Kotler, Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2000), 25.

⁶⁹ Dinar Rian Fiona, “Pengaruh Promosi Penjualan Dan *E-Service Quality* Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Gopay Di Jabodetabek),” 3.

		atau jasa perusahaan, untuk mempengaruhi konsumen potensial melakukan pembelian, dan membuat konsumen tetap ingat atau setia kepada produk yang ditawarkan perusahaan.		
4	Minat Beli Ulang (Y)	Keinginan untuk melakukan pembelian ulang dari yang pernah dilakukan oleh pembeli terhadap suatu produk atau jasa yang sam. ⁷¹	a. Minat transaksional b. Minat referensial c. Minat preferensial d. Minat eksploratif ⁷²	Likert

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu tahapan penting dalam penelitian. Pengumpulan data dilakukan untuk

⁷⁰ Zulfa Kurnia Dan Okta Karneli, "Pengaruh Bauran Promosi Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Beli Kembali Produk Vizarda Pekanbaru, 6.

⁷¹ Swastha, B., Handoko, H., *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Bppfe, 2016), 114

⁷² Lisa Pebrila, Dkk., "Kekuatan Pengalaman Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Handmade Addictive, 345-346

memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Tujuan yang diungkapkan dalam bentuk hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian.⁷³

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁷⁴ Dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata seperti tabel berikut:

Gambar 3. 2 Skor Atas Jawaban Kuesioner

No.	Jenis Jawaban	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

(Sumber : Sugiyono, 2013:94)

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono, validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.⁷⁵ Instrumen yang valid berarti alat

⁷³ Agung Widhi, Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 80.

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 142.

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 267.

ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.⁷⁶ Uji validitas adapat dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*, yaitu mengkorelasikan skor masing-masing item dengan skor total. Skor total sendiri adalah skor yang diperoleh dari penjumlahan skor item untuk instrumen tersebut.⁷⁷ Kriteria keputusannya adalah sebagai berikut :

Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dikatakan valid

Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ dikatakan tidak valid.

Dengan menggunakan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ koefisien korelasi yang diperoleh dari hasil perhitungan diperbandingkan dengan nilai dari tabel korelasi nilai r dengan derajat kebebasan ($n-2$), dimana n menyatakan jumlah baris atau banyaknya responden.

Jika nilai sig. (2-tailed) $< 0,05$ dan Person Correlation bernilai positif, maka dikatakan valid

Jika nilai Sig. (2-tailed) $< 0,05$ dan Pearson Coreelation bernilai negatif, maka dikatakan tidak valid

Jika nilai Sig. (2-tailed) $> 0,05$, maka dikatakan tidak valid⁷⁸

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui kehandalan (tingkat kepercayaan) suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu instrumen penelitian dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, jika hasil dari pengujian instrumen tersebut menunjukkan hasil yang relatif tetap (konsisten).⁷⁹ Pengujian reabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 121.

⁷⁷ Agung Widhi, Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016), 97.

⁷⁸ www.spssindonesia.com diakses pada kamis 20 Mei 2021

⁷⁹ Agung Widhi, Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 97.

internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan *test-retest (stability)*, *equivalent*, dan gabungan keduanya. Secara internal reabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu.⁸⁰

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan suatu alat ukur. Uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan *internal consistency reliability* yang menggunakan *alphacronbach* untuk mengidentifikasi seberapa baik hubungan antara item-item dalam instrumen penelitian.⁸¹

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui apakah data berasal dari populasi yang terdistribusi normal atau berada dalam sebaran normal. Distribusi normal diartikan sebagai sebuah distribusi simetris dengan modus, mean dan median berada dipusat.⁸²

Pada penelitian ini menggunakan cara uji Kolmogorov Smirnov. Pedoman pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai Sig. Atau signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka distribusi adalah tidak normal.
- 2) Jika nilai Sig. Atau signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka distribusi adalah normal.⁸³

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi

⁸⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 130.

⁸¹ Agung Widhi, Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 97.

⁸² □Nuryadi, Dkk, “Dasar-Dasar Statistik Penelitian”, (Yogyakarta: SIBUKU MEDIA, 2017), 79

⁸³ □Nuryadi, Dkk, “Dasar-Dasar Statistik Penelitian”, 87.

antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi yaitu dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), jika nilai $VIF \geq 10$ atau sama dengan nilai $\text{tolerance} \leq 0,1$, maka model regresi tidak terjadi multikoleniaritas.⁸⁴

c. Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas atau tidak terjadi Heterokedastisitas.

Dasar pengambilan keputusan pengujian heterokedastisitas adalah :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.⁸⁵

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ atau sebelumnya. Menguji apakah dalam sebuah regresi linier ada

⁸⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi 5)*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro,2011), 105-106.

⁸⁵ Imam Ghazali, “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”, 139.

korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada *problem* autokorelasi. Biasanya hal ini terjadi pada regresi yang datanya adalah *timeseries* atau berdasarkan waktu berkala.

Metode Durbin Watson *test* hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variabel.

Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditentukan pada data runtut waktu (*timeseries*). Uji autokorelasi menggunakan uji Durbin Watson Test (DW). Keputusan ada tidaknya autokorelasi dilihat dari jika nilai DW terletak diantara nilai du dan $4-du$ ($du < DW < 4-du$), maka berarti tidak ada autokorelasi.⁸⁶

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dimaksudkan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen persepsi manfaat (X_1), *e-service quality* (X_2), dan bauran promosi (X_3) terhadap minat beli ulang (Y).

Persamaan analisis regresi berganda yang dipakai dalam penelitian ini yaitu:

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

Keterangan:

Y : minat beli ulang

a : konstanta

b₁ : koefisien regresi persepsi manfaat

b₂ : koefisien regresi *e-service quality*

b₃ : koefisien regresi bauran promosi

⁸⁶ Dwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta:Media Kom, 2010) 111

x1 : persepsi manfaat

x2 : *e-service quality*

x3 : bauran promosi

e : standar eror

a. Signifikan nilai t

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Uji parsial atau uji t adalah untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh secara individu terhadap variabel terikatnya.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- 1) Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima pada $\alpha = 5\%$
- 2) Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak pada $\alpha = 5\%$.⁸⁷

b. Signifikan F

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah:

- 1) H_0 : variabel- variabel bebas yaitu persepsi manfaat, *e-service quality* dan bauran promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel terikatnya yaitu minat beli ulang.
- 2) H_a : variabel-variabel bebas yaitu persepsi manfaat, *e-service quality* dan bauran promosi mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel terikatnya yaitu minat beli ulang.

Ada dua dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi dan membandingkan nilai F hitung dan F tabel.

⁸⁷ Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: ANDI, 2015) 229

- 1) Berdasarkan probabilitas signifikansi
 - a) Apabila probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak
 - b) Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - 2) Berdasarkan perbandingan nilai F
 - a) Jika nilai F hitung $> F$ tabel, maka hipotesis diterima
 - b) Jika nilai F hitung $< F$ tabel, maka hipotesis ditolak.⁸⁸
- c. Analisis determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu $\leq (0 (R^2) \leq 1)$. Dimana semakin tinggi R^2 (mendekati 1) maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kuat. Sebaliknya, jika semakin kecil nilai R Square nya maka pengaruhnya semakin lemah.⁸⁹

⁸⁸ www.spssindonesia.com diakses pada Kamis 20 Mei 2021

⁸⁹ www.spssindonesia.com diakses pada Kamais 20 Mei 2021