BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu suatu pendekatan penelitian yang bersifat objektif mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik.[53]

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.[54] Dalam penelitian ini, peneliti menjelaskan apakah ada pengaruh antara kualitas layanan, harga, promosi, dan nilai pelanggan terhadap keputusan pembelian jasa layanan GrabFood.

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti. [55] Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah

---

[53] Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran, *Penelitian Bisnis "Pendekatan Kuantitatif*". (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 5

[54] Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif "Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS",* (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 7

[55] Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan*..., hal.. 95

FEBI IAIN Tulungagung angkatan tahun 2016-2019 dengan total keseluruhan 1862 mahasiswa.[56]

2. Sampling

Teknik sampling atau penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan penarikan sampel berdasarkan pertimbangan (*purposive sampling*). Penarikan sampel berdasarkan pertimbangan merupakan bentuk penarikan sampel non-probabilitas yang didasarkan kriteria-kriteria tertentu. Penarikan sampel ini terjadi apabila peneliti ingin memilih anggota sampel berdasarkan kriteria tertentu.[57] Adapun penentuan karakteristiknya yaitu pengambilan sampel hanya mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung angkatan tahun 2016-2019.

3. Sampel Penelitian

Sampel merupakan suatu bagian dari populasi. Hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi merupakan sampel. Dengan mengambil sampel peneliti ingin menarik kesimpulan yang akan digeneralisasi terhadap populasi.[58]

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin berdasarkan populasi dari mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung angkatan tahun 2016-2019 yang berjumlah 1862

[56] Data Hasil Rekapitulasi Bagian Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun Akademik 2020/2021

[57] Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan*..., hal. 104

[58] *Ibid.*, hal. 97

mahasiswa. Dalam penelitian ini ditetapkan tingkat kesalahan sebesar 5%. Maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

$$n = \frac{1862}{1+1862(0,1)^2} = 94,90 \text{ dibulatkan menjadi 100 sampel}$$

Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 mahasiswa.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer di mana data diperoleh dengan melakukan penyebaran angket melalui kuisioner kepada 100 mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan tahun 2016-2019 dengan menggunakan google formulir.

2. Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Variabel bebas/independen (X)

(X_1) = Kualitas Layanan

(X_2) = Harga

(X_3) = Promosi

(X_4) = Nilai Pelanggan

b) Variabel terikat/dependen (Y)

Y = Keputusan pembelian jasa transportasi GrabFood

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert merupakan skala yang mengukur kesetujuan atau ketidaksetujuan seseorang terhadap serangkaian pernyataan berkaitan dengan keyakinan atau perilaku mengenai suatu objek tertentu.[59] Berikut ini adalah pengukuran indikator setiap variabel yang digunakan sebagai keperluan analisis kuantitatif tersebut di atas:

Tabel 3.1

Kriteria Jawaban

No.	Jawaban	Kode	Skor
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Netral	N	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara khusus yang digunakan peneliti dalam menggali data dan fakta yang diperlukan dalam penelitian.[60] Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan melakukan penyebaran angket melalui kuesioner yang akan dibagikan

[59] *Ibid.*, hal. 87

[60] Asep Saepul Hamdi, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. (Yogyakarta: Deepublish, 2014), hal. 49

kepada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung angkatan tahun 2016-2019 dengan menggunakan google formulir.

2. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menjadi instrumen atau alat yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti dengan jumlah instrumen yang digunakan sesuai dengan jumlah variabel penelitian. Instrumen digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen mempunyai skala pengukuran bermacam-macam.[61]

Tabel 3.2

Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Pertanyaan	Nomor Item
1.	Kualitas Layanan (X_1) Menurut Kolter dalam Pitaloka E.[62]	Bentuk fisik (*Tangiabel*)	Pengemudi GrabFood berpenampilan bersih dan rapi	1
			Fasilitas yang diberikan pengemudi GrabFood sesuai dengan standar keamanan saat berkendara	2
		Keandalan (*Reability*)	GrabFood memberikan pelayanan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan, akurat dan memuaskan	3
			GrabFood mengirimkan makanan/minuman sesuai pesanan	4
		Ketanggapan (*Responsiveness*)	Pengemudi GrabFood cepat dan tanggap dalam melayani pesanan	5
			Pengemudi GrabFood cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan konsumen	6

[61] Asep Saepul Hamdi, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi...*, hal. 50

[62] Aptaguna A. dan Pitaloka E., "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek", *Widyakala*, Vol. 3, Maret 2016, .hal. 51

		Jaminan dan kepastian (*Assurance*)	GrabFood memberikan jaminan ganti rugi bila terjadi kecelakaan atau kehilangan saat menggunakan jasanya	7
			GrabFood mengganti kerugian atas pengiriman pesanan yang salah (misal: diantarkan jumlah pesanan yang kurang)	8
		Empati (*Empthy*)	Pengemudi GrabFood mampu berkomunikasi dengan baik kepada konsumen	9
2.	Harga (X_2) Menurut Kolter dalam Pitaloka E.[63]	Keterjangkauan harga	Menurut saya, tarif GrabFood terjangkau masyarakat	11
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Menurut saya, tarif GrabFood yang ditetapkan sesuai dengan fasilitas yang diterima	12
		Kesesuaian harga dengan manfaat	Tarif yang ditetapkan GrabFood sesuai dengan layanan yang diberikan	13
		Daya saing harga	Tarif GrabFood dapat bersaing dengan merk lainnya	14
3.	Promosi (X_3) Menurut Kolter dan Keller dalam Senggetang[64]	Frekuensi promosi	Adanya iklan GrabFood diberbagai media massa dan sosial	15
			Iklan yang ditayangkan GrabFood menarik perhatian saya	16
		Kualitas promosi	GrabFood memanfaatkan internet untuk mengiklankan produk jasanya	17
			GrabFood selalu berusaha menjaga citra produknya terhadap masyarakat	18
		Kuantitas promosi	GrabFood memberikan hadiah menarik melalui sistem akumulasi poin	19
			GrabFood sering melakukan kegiatan promosi	20
		Waktu promosi	GrabFood memberikan diskon jangka pendek dalam waktu tertentu kepada pelanggan	21
		Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi	GrabFood sudah menjangkau keseluruh konsumen dibebagai wilayah	22
4.	Nilai Pelanggan (X_4)	Nilai emosional	Saya merasa puas dan senang setalah menggunakan jasa layanan GrabFood	23

[63] *Ibid.*, hal. 52
[64] Vania Senggetang, "Pengaruh Lokasi, Promosi..., hal. 883

	Meurut Tjiptono dalam Hami[65]		Saya percaya jasa layanan GrabFood memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan konsumen	24
		Nilai sosial	Saya percaya bahwa menggunakan jasa layanan GrabFood memiliki citra yang baik	25
			Menggunakan jasa layanan GrabFood merupakan jasa layanan dengan merk terkenal	26
		Nilai kualitas	GrabFood memiliki standar kualitas pelayanan yang dapat diterima pelanggan	27
			GrabFood memberikan kualitas yang baik sesuai dengan yang dijanjikan	28
		Nilai harga	Pelayanan yang diberikan GrabFood memuaskan dan sesuai dengan harapan saya	29
			Tarif yang dibebankan GrabFood sesuai dengan kualitas yang diberikan	30
5.	Keputusan Pembelian (Y) Menurut Kolter dan Amstrong[66]	Keinginan untuk menggunakan produk	Saya ingin menggunakan jasa layanan GrabFood karena banyak produk makanan/minuman yang tersedia	31
		Keinginan untuk membeli	Saya memilih jasa layanan GrabFood dalam memenuhi kebutuhan saya	32
		Memberikan rekomendasi kepada orang lain	Saya akan merekomendasikan jasa layanan GrabFood kepada orang lain	33
			Saya akan merekomendasikan jasa layanan GrabFood kepada keluarga	34
		Melakukan pembelian ulang	Saya merasa puas menggunakan jasa layanan GrabFood dan akan menggunakan kembali	35
			Saya akan menggunakan kembali jasa layanan GrabFood karena mudah dalam pengoperasiannya	36
			Saya akan menggunakan jasa layanan GrabFood kembali untuk memenuhi kebutuhan	37

[65] Hami, "Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan..., hal. 85
[66] Yayan, *Pengaruh Kualitas Produk*..., hal. 6

E. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah mengukur koefisien korelasi antara skor suatu pertanyaan atau indikator yang diuji dengan skor total pada variabelnya. Untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak adalah dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 (5%), yang artinya suatu item diaanggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total item. Hasil validitasnya dapat diketahui pada semua item pertanyaan, jika r tabel < r hitung maka valid.[67]

2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah suatu pengujian yang mengukur keandalan suatu alat ukur terhadap objek yang diukurnya. Umunya uji reabilitas digunakan untuk mengukur keandalan suatu kuesioner atau hasil wawancara. Uji reabilitas ini ditujukan untuk memastikan apakah kuesioner atau daftar pertanyaan wawancara dapat diandalkan untuk dapat menjelaskan penelitian yang sedang dilakukan. Uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* atau dalam SPSS disebut dengan nilai *Cronbach's Alpha*. Pengujian reabilitas variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.[68]

---

[67] Vivi Herlina, *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2019), hal. 58

[68] Agustina Marzuki, *Praktikum Statistik*. (Malang: Ahlimedia Press, 2020), hal. 66

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Residual

Uji normalitas residual digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. Dalam melakukan uji residual dalam penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan dalam metode ini yaitu jika nilai signifikansi > 0,05 maka nilai residual berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi < 0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal.[69]

b. Uji Multikoliniearitas

Uji multikolinearitas adalah uji untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu, jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya.[70]

Identifikasi multikolinearitas dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), jika nilai VIF ≤ 10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Kebalikannya, jika nilai VIF > 10 maka dinyatakan terjadi multikolinearitas. VIF ditaksir dengan menggunakan formula $1/(1-R^2)$. Unsur $(1-R^2)$ disebut dengan *Collinierity Tolerance* yang

[69] Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengelola Data Penelitian*. (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. 109

[70] Eng Yeri Sutopo dan Achmad Slamet, *Statistika Inferensial*. (Yogyakarta : Andi Offset, 2017), hal. 107

berarti bahwa jika *Collinierity Tolerance* di bawah 0,1 maka ada gejala multikolinearitas.[71]

c. Uji Autokorelasi

Uji ini dimaksudkan untuk menguji apakah pada model regresi linier ada korelasi antara variabel pengganggu pada periode t ke periode t-1 (satu periode sebelumnya). Untuk mengujinya biasanya dihitung nilai Durbin-Watson (DW Test) dari data yang ada.[72] Ketentuan atau dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

1) Jika DW < dL atau DW > 4−dL maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2) Jika dU < DW < 4−dU maka H_0 diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
3) Jika dL < DW < dU atau 4−dU < DW < 4−dL, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.[73]

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual pengamatan yang satu ke pengamatan lainnya. Apabila timbul ketidaksamaan varian, maka terdapat masalah heteroskedastisitas. Untuk menguji apakah pada suatu data terdapat gejala heteroskedastisitas, maka dilakukan Uji Glejser. Kriteria pengambilan keputusannya jika nilai F_{hitung} < nilai F_{tabel}, maka H_0 yang

[71] Fridayana Yudiaatmaja, *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013), hal. 78

[72] *Ibid.*, hal. 86

[73] Timotius Febry dan Teofilus, *SPSS "Aplikasi pada Penelitian Manajemen Bisnis"*. (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), hal. 72

menyatakan variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat dapat diterima.[74]

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda dapat didefinisikan sebagai pengaruh antara lebih dari 2 variabel, di mana terdiri dari 2 atau lebih variabel bebas (*independent)* dan 1 variabel terikat (*dependent*) dan juga digunakan untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan. Berikut rumus persamaan regresi linier berganda:[75]

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + ... + bnXn$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

X1, X2 = variabel independen

a = konstanta (apabila nilai x sebesar 0, maka Y akan sebesar a atau konstanta)

b1, b2 = koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

5. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji kebenaran pertanyaan atau dugaan yang dihipotesiskan. Uji t pada tingkat kepercayaan atau kebenaran (df) 95% atau signifikan (α) 0,05. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

---

[74] Fridayana Yudiaatmaja, *Analisis Regresi...*, hal. 82

[75] Albert Kurniawan, *Belajar Mudah SPSS untuk Pemula*. (Yogyakarta: MediaKom, 2009), hal. 52

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak, yang artinya variabel bebas yang diuji secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima, yang artinya variabel bebas yang diuji secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.[76]

6. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh secara bersama-sama antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

a. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak, yang artinya variabel-variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.

b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima, yang artinya variabel-variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.[77]

7. Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Koefisien determinan merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas (*dependent*) dalam menjelaskan

[76] Surajiyo, *Penelitian Sumber Daya Manusia, Pengertian, Teori dan Aplikasi "Menggunakan IBM SPSS 22 For Windows"*. (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. 77

[77] *Ibid.*, hal. 78

variasi perubahan pada variabel tidak bebas (*independent*). Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu.[78]

Apabila angka koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat, yang berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sedangkan nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen adalah terbatas. Berikut ini adalah rumus uji koefisien determinasi yaitu:

$$K_d = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

K_d = koefisien determinasi

r^2 = koefisien korelasi

[78] Sri Wahyuni, *Kinerja Maqashid Syariah dan Faktor-Faktor Determinan*. (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), hal. 43