

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penulis menggunakan *eksplanatory research*. Menurut Patmala & Fatimah (2021), penelitian eksplanatori yaitu metode penelitian untuk menjelaskan kedudukan semua variabel dan pengaruh tiap variabel dengan variabel lain. Tujuan penelitian eksplanatori yaitu menganalisis hubungan dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dari pemaparan tersebut, disimpulkan penelitian eksplanatori yaitu penelitian yang bertujuan membahas masalah-masalah yang belum terpecahkan, dan untuk memunculkan *new insigh* juga ide baru. Alasan peneliti menggunakan penelitian eksplanatori karena ingin menguji hipotesis yang ada, dan bisa mengidentifikasi hubungan serta pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.

Kemudian pendekatan yang digunakan yaitu kuantitatif. Kotler (2018) mendefinisikan pendekatan kuantitatif merupakan pengukuran statistik dengan menghitung data yang diperoleh melalui sampel responden menggunakan kuesioner untuk mengetahui persentase mereka. Unit analisis menggunakan unit analisis individu, karena peneliti akan meneliti konsumen pengguna maxim secara individu. Dimensi waktu penelitian ini menggunakan *cross sectional*, karena data yang dikumpulkan yaitu pada

waktu tertentu menggunakan kuesioner dan dilakukan pengukuran pada semua variabel di waktu bersamaan. Untuk mengolah data yang telah di dapat, peneliti akan menggunakan bantuan SPSS 26.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yaitu di Yogyakarta. Alasan peneliti ingin meneliti di Yogyakarta karena Yogyakarta banyak disebut sebagai kota pelajar sehingga banyak sekali Mahasiswa melakukan studinya di Yogyakarta. Tak sedikit dari mereka yang tinggal di kost dan tidak membawa kendaraan, sehingga mereka membutuhkan ojek *online* untuk bisa melakukan aktifitasnya.

Tabel 3.1 Waktu dan Rencana Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan					
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1.	Pengajuan Judul						
2.	Bab 1-3						
3.	Seminar Proposal						
4.	Revisi						
5.	Pengumpulan dan olah data						
6.	Bab 4-5						
7.	Sidang Skripsi						

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Penelitian menggunakan variabel independen (kualitas pelayanan, harga, dan citra merek) serta variabel dependen yaitu (keputusan pembelian).

Tabel 3.2 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala Pengukuran
<p>Kualitas Pelayanan</p> <p>Merupakan penilaian konsumen pada tingkat layanan yang telah diterima (<i>perceived service</i>) dengan ekspektasi konsumen (<i>expected service</i>). (Fardiani, 2013)</p>	<i>Tangible</i> (bukti fisik)	Maxim mempunyai perlengkapan berupa seragam <i>driver</i> untuk memberikan kepercayaan kepada konsumen jika maxim profesional	Likert 1-5
	<i>Empathy</i> (empati)	Maxim memberikan layanan tambahan seperti helm serta <i>driver</i> maxim mampu berkomunikasi dengan baik dengan penumpang	
	<i>Reliability</i> (keandalan)	<i>Driver</i> maxim bersikap sopan kepada konsumen	
	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	<i>Driver</i> maxim memberikan pelayanan sesuai waktu yang dijanjikan	
		<i>Driver</i> maxim menerima dan memproses orderan tepat waktu sehingga konsumen tidak menunggu lama	
<i>Assurance</i> (jaminan)	<i>Driver</i> maxim memberikan pelayanan cepat, akurat serta memuaskan sehingga membangun loyalitas konsumen terhadap maxim		
<p>Harga</p> <p>Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. (Larika & Ekowati, 2020)</p>	Kesesuaian harga	Maxim menetapkan tarif sesuai lokasi jarak tempuh konsumen	
	Daftar harga	Maxim menetapkan tarif harga yang berbeda pada setiap produk jasa yang dimilikinya sehingga memberikan ketertarikan pada konsumen	
		Harga yang ditetapkan maxim menarik konsumen untuk menggunakan maxim	
		Tarif jasa yang diberikan maxim kompetitif dengan tarif transportasi <i>online</i> lainnya	
	Potongan harga	Maxim memberikan potongan harga (diskon)	
Harga yang diapresiasi	Maxim menetapkan tarif sesuai lokasi jarak tempuh konsumen		

<p>Citra Merek</p> <p>Merupakan citra suatu merek bisa diketahui dari nama baik, tingkat maupun status yang tinggi suatu merek. (Larika & Ekowati, 2020)</p>	<p><i>Brand identity</i> (identitas merek)</p>	<p>Merek maxim mudah diingat dan memiliki citra baik untuk konsumen</p>
	<p><i>Brand personality</i> (personalitas merek)</p>	<p>Maxim memiliki layanan yang berbeda dengan merek lain</p>
	<p><i>Brand association</i> (asosiasi merek)</p>	<p>Maxim memiliki fitur yang lengkap</p>
	<p><i>Brand attitude and behaviour</i> (sikap dan perilaku)</p>	<p>Maxim menarik minat masyarakat</p> <p>Maxim diminati oleh masyarakat</p>
	<p><i>Brand benefit and competence</i> (manfaat dan keunggulan)</p>	<p>Merek maxim dikenal oleh masyarakat</p>
<p>Keputusan Pembelian</p> <p>Pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya seseorang yang akan menentukan keputusan, harus ada pilihan alternatif. (Ruliyani et al., 2024)</p>	<p>Pilihan produk</p>	<p>Saya memilih menggunakan maxim dibanding jasa ojek <i>online</i> lainnya</p>
	<p>Pilihan merek</p>	<p>Saya memilih maxim karena mereknya terkenal</p>
	<p>Sesuai kebutuhan</p>	<p>Saya memilih maxim karena sesuai kebutuhan</p>
	<p>Ketepatan dalam membeli produk</p>	<p>Saya puas menggunakan layanan maxim</p> <p>Saya yakin dengan kualitas yang dimiliki maxim</p> <p>Saya bangga menggunakan maxim</p>

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Larika & Ekowati (2020), menyatakan populasi merupakan tempat dimana subjek yang memiliki kualitas juga ciri khas untuk dipelajari lalu disimpulkan. Populasi penelitian yaitu pengguna layanan ojek *online* Maxim di Yogyakarta. Alasan penulis memilih pengguna maxim di Yogyakarta karena belum adanya penelitian dengan topik serupa yang menggunakan objek pengguna maxim, sehingga peneliti tertarik meneliti topik tersebut.

2. Sampel Penelitian

Hulud et al. (2020), sampel adalah bagian populasi. Teknik perhitungan yang akan dilakukan menggunakan teori Hair karena populasi tidak diketahui jumlahnya, yakni mahasiswa pengguna maxim di Yogyakarta. Ukuran sampel disarankan minimal 5 hingga 10 pada semua variabel yang akan dipertimbangkan (Hair et al., 2010). Dari penjelasan tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah minimal sebanyak 168 responden yang didapatkan dari jumlah keseluruhan indikator (18 indikator) yang digunakan dikalikan 9.

Teknik pengambilan sampel yaitu *non-probability sampling*, dengan menggunakan *purposive sampling* untuk menentukan karakteristik responden. Adapun pertimbangan yang akan diberikan peneliti yaitu:

- a) Merupakan seorang Mahasiswa

- b) Berada di Yogyakarta
- c) Pernah setidaknya menggunakan jasa layanan *maxim car* atau *maxim bike* minimal satu kali.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menggunakan teknik pengumpulan data *survey* yang dikirim menggunakan media berupa kuesioner. Pada penelitian ini *survey* yang digunakan yaitu *Computer Delivery Survey* dengan penyebaran angket menggunakan *google form*. Dengan teknik pengumpulan data tersebut peneliti bisa memberikan waktu kepada responden untuk bisa mempertimbangkan tanggapan mereka dengan hati-hati. Kuesioner juga dapat diberikan kepada banyak orang secara bersamaan dan dapat dijangkau dimanapun. Selain itu, setiap responden menerima pertanyaan yang sama.

Menurut Larika & Ekowati (2020) kuesioner adalah salah satu cara untuk memperoleh data dengan memberikan pernyataan pada responden. Kuesioner akan dibagikan dengan skala likert (*Likert Scale*), karena akan mengukur responden subjek menggunakan interval yang sama dimana data yang digunakan pada penelitian ini yaitu tipe data interval.

Tabel 3.3 Pengukuran Skala *Likert*

Pilihan	Pengukuran
Sangat Tidak Setuju = STS	1
Tidak Setuju = TS	2
Netral = N	3
Setuju = S	4
Sangat Setuju = SS	5

F. Teknik Analisis

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a) Uji Validitas

Uji validitas bertujuan mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner dengan taraf signifikansi 0.05, apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ pernyataan dianggap valid. Sebaliknya, jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ pernyataan dianggap tidak valid (Susilowati & Utari 2022).

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan memastikan setiap kuesioner penelitian yang akan digunakan reliabel atau tidak. Uji reliabilitas juga dilakukan agar mengetahui tingkat konsisten hasil dari perhitungan jika dilakukan berulang-ulang kepada masalah dan alat pengukuran yang sama. Ukuran reliabilitas yang digunakan dengan nilai $CA > 0.6$, yang menunjukkan jika variabel tersebut reliabel. Namun, jika $CA < 0.6$ maka tidak reliabel (Larika & Ekowati 2020).

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan memeriksa normal tidaknya distribusi sebuah data dengan melakukan Uji *One-sample Kolmogorov-Smirnov* untuk mengevaluasi distribusi normal suatu data Ruliyani et al. (2024). Apabila nilai pada $Asymp < 0.05$ maka tidak berdistribusi normal, kemudian jika nilainya > 0.05 maka

berdistribusi normal. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan grafik histogram dan grafik *normal probability plot*. Sehingga, jika data menyebar di sekitar garis diagonal, dapat dikatakan regresi tersebut memiliki distribusi normal.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan menguji apakah model regresi mempunyai ketidaksamaan *variance* dari pengamatan dari masing-masing residual. Apabila ada hubungan korelasi yang besar antara variabel bebas maka penelitian tersebut terdapat gejala Multikolinier. Untuk melihat adanya Multikolinier model regresi maka menggunakan *tolerance value* serta *Variance Inflation Factor* (VIF) (Ruliyani et al. 2024). Apabila $VIF > 0.10$ atau *tolerance value* < 0.10 maka terdapat Multikolinieritas. Jika $VIF < 0.10$ atau *tolerance value* > 0.10 maka tidak ada Multikolinieritas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini menggunakan uji heteroskedastisitas dalam metode *Spearman*, dengan persyaratan nilai signifikansi untuk semua variabel independen $>$ nilai absolut residual (0.05) dinyatakan tidak terdapat heteroskedastisitas. Namun, apabila nilai signifikansi $<$ nilai absolut residual (0.05) maka dapat dikatakan adanya heteroskedastisitas (Pratiwi 2019).

3. Metode Analisis Data

a) Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk menganalisis data yang sudah didapat tanpa bermaksud membuat kesimpulan (Sugiyono, 2018). Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan responden sesuai karakteristik yang ditentukan yaitu meliputi jenis kelamin, pendapatan, domisili, dan pengguna layanan maxim. Deskripsi responden nantinya akan ditampilkan dalam bentuk tabel dan diagram beserta dengan uraian.

b) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh minimal dua variabel. Analisis ini bermaksud untuk memeriksa hipotesis mengenai hubungan secara parsial variabel independen. Pada penelitian ini analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mendapat gambaran bagaimana kualitas pelayanan, harga, dan citra merek mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Fadila et al. (2020) rumus persamaan dalam analisis regresi linear berganda yaitu:

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

Dimana:

Y = keputusan pembelian

a = konstanta

b_1 = koefisien kualitas pelayanan

b_2 = koefisien harga

b_3 = koefisien citra merek

X_1 = kualitas pelayanan

X_2 = harga

X_3 = citra merek

e = standar eror (0.5)

c) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R-square dimaksudkan untuk mengetahui berapa kontribusi variabel independen mempengaruhi nilai variabel dependen di dalam model regresi. Nilai dari koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1 sehingga jika hasil *Adjusted R-Square* mendekati 1 maka hubungan kedua variabel kuat dan jika mendekati 0 maka hubungan kedua variabel lemah.

4. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis yaitu dugaan sementara dari rumusan masalah dalam penelitian (Sugiyono 2016). Terdapat dua uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu uji t (parsial) dan uji f (simultan), sebagai berikut:

a) Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial bermaksud menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat. Taraf signifikansi yang digunakan yaitu 5%. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, artinya variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Tetapi, apabila $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ artinya

variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen (Malonda et al. 2021).

b) Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dimaksudkan menguji pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan taraf signifikan 5%. Jika nilai pada f -hitung \geq f -tabel dapat dikatakan variabel independen berpengaruh yang signifikan pada variabel dependen secara simultan. Namun, jika nilai pada f -hitung $<$ f -tabel dapat dikatakan variabel independen tidak berpengaruh yang signifikan pada variabel dependen secara simultan (Malonda et al. (2021).