



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Sugiyono (2018) menyatakan bahwa analisis kuantitatif adalah suatu analisis data yang dilandaskan pada filsafat positivisme yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis yang digunakan adalah asosiatif yaitu bentuk penelitian dengan menggunakan minimal dua variabel atau lebih yang dihubungkan dan dalam penelitian ini akan melihat pengaruh *perceived enjoyment* dan diskon terhadap kepuasan konsumen Shopee Food.

#### **3.2 Sumber Data**

Sumber data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data mentah. Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari lapangan atau yang diperoleh dari responden yaitu konsumen Shopee Food. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuesioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden.

#### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa studi Lapangan (*field research*), adalah teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat

pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan tertulis kepada konsumen Shopee Food. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah Ordinal. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu.

**Tabel 3.1**  
**Skala Pengukuran**

SS	Sangat Setuju	Skor 5
S	Setuju	Skor 4
CS	Cukup Setuju	Skor 3
TS	Tidak Setuju	Skor 2
STS	Sangat Tidak Setuju	Skor 1

Sumber: Lupiyoadi (2015)

### 3.4 Populasi Dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu yang diterapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen Shopee Food

#### 3.4.2 Sampel

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa Sampel adalah sebagian dari populasi yang sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Pada penelitian ini sampel diambil dari populasi yaitu sebagian konsumen Shopee Food. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Memiliki akun Shopee Food
2. Melakukan transaksi melalui Shopee Food minimal 2 kali

3. Mengetahui promo Shopee Food
4. Bandar Lampung

Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Dalam penentuan sampel jika populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui digunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \left[ \frac{Z^2}{4 (\text{Moe})^2} \right]$$

Keterangan:

n = Banyak Sampel

Z = Tingkat Keyakinan Penentuan Sampel (95% =1,96)

Moe= Margin Of Error

Dengan Moe 10%, Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel yang harus diambil adalah:

$$n = \left[ \frac{1,96^2}{4 (0,10)^2} \right]$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil perhitungan dihasilkan nilai 96,04, maka dapat disimpulkan minimal responden yang harus dipakai pada penelitian ini adalah berjumlah 96 dibulatkan menjadi 100 responden

### 3.5 Variabel Penelitian

#### 3.5.1 Variabel Penelitian Independen

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa variabel independen (bebas) adalah variabel stimulus, atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel ini merupakan yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan dengan suatu gejala yang akan

diteliti. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah *perceived enjoyment* dan diskon

### 3.5.2 Variabel Penelitian Dependen

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah kepuasan konsumen

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

**Tabel 3.2**

**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Perceived enjoyment</i> (X1)	Damanik, Fauzi, dan Situmorang, (2022) menyatakan bahwa <i>perceived enjoyment</i> adalah perasaan yang mencerminkan sejauh mana individu mengalami kesenangan atau kegembiraan saat mereka berinteraksi dengan teknologi informasi	Tingkat perasaan menyenangkan atas layanan Shopee Food	1. Kenyamanan 2. Desain Yang Menarik 3. Kesenangan  Sumber: Oktarini dan Wardana (2018)	Ordinal
Diskon (X2)	Ermida, Ghalib, dan Wahyuni (2021) menyatakan bahwa diskon merupakan pengurangan terhadap harga yang telah ditetapkan karena pembeli memenuhi syarat yang telah ditetapkan.	Kegiatan diskon yang dilakukan oleh Shopee Food	1. Besaran Potongan 2. Masa Potongan 3. Jenis Produk Yang Dapat Potongan  Sumber: Ermida, Ghalib, dan Wahyuni (2021)	Ordinal
Kepuasan Konsumen (Y)	Menurut Kotler dan Keller dalam Ermida, Ghalib, dan Wahyuni (2021) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk/jasa (hasil) terhadap ekspektasi mereka	Perasaan senang atau kecewa seseorang terkait layanan Shopee Food	1. Kesesuaian Harapan 2. Minta Menggunakan Kembali 3. Kediaan Untuk Merekomendasikan  Sumber: Ermida, Ghalib, dan Wahyuni (2021)	Ordinal

Sumber : Data Diolah, 2022



### 3.7 Uji Persyaratan Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa uji validitas adalah uji kelayakan instrumen, dalam pengujian validitas instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau  $\alpha = 0,05$ . Instrumen dikatakan valid mempunyai nilai signifikansi korelasi  $\geq$  dari 95% atau  $\alpha = 0,05$ .

1. Prosedur pengujian :

Ho : Instrumen valid

Ha : Instrumen tidak valid

2. Kriteria pengambilan keputusan :

Ho : Apabila  $\text{sig} < 0,05$  maka Instrumen dinyatakan valid

Ha : Apabila  $\text{sig} > 0,05$  maka Instrumen dinyatakan tidak valid

#### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. Uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode *alpha cronbach* dan penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai  $r$  alpha indeks korelasi.

**Tabel 3.3**  
**Interpretasi Nilai  $r$**

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Lupiyoadi (2015)

### 3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa uji Normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametric. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah representatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini peneliti dibantu oleh program SPSS. Berikut ini prosedur pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

$H_0$  : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

$H_1$  : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila  $Sig < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak (distribusi sampel tidak normal)

Apabila  $Sig > 0.05$  maka  $H_0$  diterima (distribusi sampel normal)

#### 3.8.2 Uji Linieritas Sampel

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa uji linearitas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau pun regresi linier. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS, dengan melihat tabel Anova atau sering disebut *Test for Linearity*. Berikut ini prosedur pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

$H_0$  = Model regresi berbentuk linear.

$H_1$  = Model regresi tidak berbentuk linear.

2. Kriteria Pengujian

Jika probabilitas ( $Sig$ )  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.

Jika probabilitas ( $Sig$ )  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

### 3.8.3 Uji Multikolinieritas

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Ada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Metode untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor (VIF)*. Batas dari *tolerance value* > 0,1 atau VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai  $VIF \geq 10$  maka ada gejala multikolinieritas  
Jika nilai  $VIF \leq 10$  maka tidak ada gejala multikolinieritas
2. Jika nilai  $tolerance < 0,1$  maka ada gejala multikolinieritas  
Jika nilai  $tolerance > 0,1$  maka tidak ada gejala multikolinieritas
3. Penjelasan kesimpulan

## 3.9 Metode Analisis Data

### 3.9.1 Regresi Linier Berganda

Di dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independen *perceived enjoyment* dan diskon yang mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan konsumen maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :  $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_t$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (Kepuasan Konsumen)

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

$\beta$  = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X1 = Variabel independen (*Perceived enjoyment*)

X2 = Variabel independen (Diskon)

### 3.10 Pengujian Hipotesis

#### 3.10.1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

##### 1. Pengaruh *Perceived Enjoyment* Terhadap Kepuasan Konsumen

Ho: *perceived enjoyment* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee Food

Ha: *perceived enjoyment* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee Food

##### 2. Pengaruh Diskon Terhadap Kepuasan Konsumen

Ho: diskon tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee Food

Ha: diskon berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee Food

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai  $\alpha$  (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai  $sig < 0,05$  maka Ho ditolak
2. Jika nilai  $sig > 0,05$  maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis

### 3.10.2. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F dengan uji serentak atau uji model/uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya

#### **Pengaruh *Perceived Enjoyment* Dan Diskon Terhadap Kepuasan Konsumen**

Ho: *Perceived Enjoyment* dan diskon tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee Food

Ha: *Perceived Enjoyment* dan diskon berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee Food

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai  $\alpha$  (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai  $sig < 0,05$  maka Ho ditolak
2. Jika nilai  $sig > 0,05$  maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis.

