

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu bentuk penelitian yang ditunjukkan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktifitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena satu dan fenomena lainnya (Saputra dan Yusa, 2019). Penelitian ini akan menganalisis faktor pengambilan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa layanan OVO sebagai pembayaran non tunai di Indonesia

3.2 Sumber Data

Sumber data yang di gunakan dalam proses penelitian adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian secara khusus. Jenis data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada responden.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari objek penelitian dan data-data jurnal, surat kabar internet atau melalui dokumentasi bertujuan untuk mengetahui konsep konsep yang berkaitan dan mendukung penelitian.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan metode kuesioner. Metode pengumpulan data 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 pengguna *OVO Payments*. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Guttman*. Pengukuran menggunakan Skala *Guttman* dilakukan jika peneliti menginginkan jawaban yang tegas mengenai suatu permasalahan (Sugiyono, 2013). Jawaban pertanyaan yang dijukan yaitu.

Tabel 3.1

Skala Pengukuran

Nomor	Jawaban	Skor	Skala
1.	Ya	Skor 1	<i>Guttman</i>
2.	Tidak	Skor 0	

Sumber : Sugiyono (2013)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu yang diterapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan *OVO Payments* sebagai pembayaran non tunai di Indonesia.

3.4.2 Sample

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi (Sugiyono, 2015). Pada penelitian ini sampel diambil dari populasi yaitu sebagian konsumen yang telah menggunakan *OVO Payments*.

Dalam penelitian ini, menggunakan metode *nonprobability sampling*, yaitu pengambilan sampel dimana tiap anggota populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel, dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu cara pengambilan sampel yang didasarkan

pada pertimbangan-pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan tersebut yaitu:

1. Berusia 17 tahun, sehingga lebih memahami pengisian kuesioner
2. Memiliki dan menggunakan aplikasi OVO Payments
3. Pendidikan SMA

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 Z Skor sebagai berikut:

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{z\alpha/2}{E} \right)^2$$

Dimana :

- n = Jumlah sampel dari populasi yang ingin diperoleh
- z = Angka yang menunjukkan penyimpanan nilai varian dari mean
- E = Kesalahan maksimal yang mungkin dialami
- a = Bila tingkat kepercayaan 95% (a=5%), artinya peneliti meyakini kesalahan dugaan sampel hanya sebesar 5%, serta batas eror sebesar 10% yang berarti peneliti hanya mentolerir kesalahan responden dalam proses pencarian data tidak boleh melebihi 10% dari keseluruhan responden

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel yang harus diambil adalah:

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{z0,05/2}{0,1} \right)^2$$

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

$$n = \frac{1}{4} (384,16) = 97 \text{ Responden}$$

Dalam penelitian ini peneliti membulatkan jumlah responden, sebanyak 100 Responden.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam hal ini, sesuai dengan judul dan

rumusan masalah penelitian ini menganalisis faktor-faktor pengambilan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa layanan *OVO Payments* sebagai pembayaran non tunai di Indonesia.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Berikut definisi operasional variabel dalam penelitian ini.

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Faktor-faktor	Skala ukur
Keputusan Pembelian / Keputusan Penggunaan	Menurut Hengki (2021) keputusan pembelian didefinisikan sebagai suatu proses memilih dari berbagai macam alternatif yang ada. Proses pengambilan keputusan merupakan proses <i>reasoning</i> yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Hasil akhir dari pengambilan keputusan adalah suatu pilihan terbaik dari yang ada.	Keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian yang dilakukan oleh pengguna OVO dalam bertransaksi	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kemudahan ➤ Diskon ➤ <i>Future Layanan</i> ➤ Keamanan ➤ <i>Trend</i> ➤ Tampilan ➤ Promosi ➤ Pengaruh Sosial ➤ Relasi ➤ Kepercayaan 	<i>Guttman</i>

3.6 Uji Persyaratan Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan seberapa besar ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Sugiyono, 2013). Pengujian validitas dalam penelitian ini dengan prosedur sebagai berikut :

Prosedur pengujian :

1. H_0 : data valid
 H_a : data tidak valid ($\text{sig} > \alpha$)
2. H_0 : apa bila $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}} (n-2)$ maka instrument dinyatakan valid
 H_a : apa bila $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka instrument dinyatakan tidak valid
 - $n - 2 = (100 - 2 = 1,96)$
3. Pengujian instrument validitas dilakukan menggunakan program spss 20.0.
4. Penjelasan dari butir 1 dan butir 2 dengan membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} maka dapat disimpulkan instrument tersebut valid atau tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Alat ukur panjang dari karet adalah contoh instrumen yang tidak reliabel/konsisten (Sugiyono, 2013). Dalam penentuan tingkat reliabilitas pada penelitian ini diinterpretasikan pada tabel sebagai berikut:

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

3.7 Metode Analisis Data

Untuk dapat mengetahui apakah suatu instrument penelitian mampu mengukur faktor-faktor pengambilan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa layanan pembiayaan, maka digunakanlah uji Cochran Q Test. Sedangkan untuk mengetahui bagaimana karakteristik responden maka digunakanlah analisis tabulasi sederhana dan untuk mengukur tingkat kepentingan faktor dalam pengambilan keputusan pembelian, digunakan distribusi frekuensi.

3.7.1 Uji Cochran Q Test

Uji Cochran Q Test digunakan untuk menganalisis tingkat keberhasilan/kesuksesan data secara statistik, menguji hipotesa pada beberapa variabel yang berhubungan secara terpisah (dikotomi) Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan hubungan beberapa variabel (Mardiani, 2019). Hasil kuesioner diperoleh 10 faktor. Hasil 10 faktor tersebut diujikan menggunakan uji Cochran Q Test, pengujian faktor dilakukan hingga menunjukkan hasil tidak terdapat perbedaan yang signifikan antar faktor yang dipilih konsumen. Dengan Rumus Cochran Q Test adalah sebagai berikut :

$$Q = \frac{C(c-1)\sum C_j^2 - (C-1)N^2}{CN - \sum r_i^2}$$

Keterangan :

Ri = Jumlah barisan bawah

“YA” Cj = Jumlah kolom jawaban

“YA”N = Jumlah responden (baris)

C = Jumlah Variabel (kolom)

$Q = \text{Critical value}$

3.7.2 Hipotesis

Dengan data yang ada, selanjutnya dilakukan statistik menggunakan *Cochran Q Test* dengan menggunakan SPSS. Bunyi H_0 dan H_a adalah sebagai berikut :

H_0 : Jawaban responden memiliki proporsi jawaban YA yang sama.

H_a : Jawaban responden memiliki proporsi YA yang sama Berbeda.

Maka kriteria pengujian hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

Pengujian :

$\text{Sig} < \text{Alpha} / Q \text{ hitung} > Q \text{ table} = H_0 \text{ ditolak}$

$\text{Sig} > \text{Alpha} / Q \text{ hitung} < Q \text{ table} = H_0 \text{ ditolak}$

Adapun faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian ini seperti yang tertuang dalam definisi oprasional terdiri dari 10 faktor-faktor. Dari rumusan tersebut dilakukan perhitungan dengan cara menghitung total (R_i) dan total baris (R_{i2}). Begitu juga kolom pangkat 2 (C_{i2}), nilai-nilai ini selanjutnya dengan menggunakan rumus Cochran Q Test, kita dapat melakukan pengujian faktor faktor di atas. Pengujian faktor-faktor tersebut dilakukan secara bertahap yaitu mulai dari seluruh faktor-faktor sampai ke keputusan pembelian yang minat menggunakan *OVO Payments* di Indonesia.