

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian ini merupakan asosiatif kausal yang memiliki arti penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih, yang bersifat sebab akibat dan satu variabel (independen) mempengaruhi variabel lainnya (dependen) (Sugiyono, 2016). Peneliti ingin mengetahui pengaruh variabel independent (variabel bebas) yaitu Pengaruh *Flash Sale* (X1), Variasi produk (X2), Ulasan pelanggan (X3) terhadap variabel dependent (variabel terikat) Keputusan Pembelian (Y). Secara umum, penelitian kuantitatif dilakukan pada sampel yang dipilih secara acak, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan ke populasi tempat sampel tersebut diambil (Sugiyono, 2016).

#### **3.2. Sumber Data**

##### **3.2.1. Data Primer**

Data penelitian merupakan faktor penting yang akan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Data merupakan sumber atau bahan yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Sumber data terdiri dari data primer dan skunder. Pada penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu data primer. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti secara khusus (Sugiyono, 2016) Data Primer dalam penelitian ini berupa kuesioner yang diperoleh dengan cara memberikan kepada konsumen yang pernah menggunakan layanan GoFood.

##### **3.2.2. Data Skunder**

Menurut (Sugiyono, 2016), data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen.

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

Menurut (Sugiyono, 2016) metode pengumpulan data adalah pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Teknik

pengumpulan data yang dilakukan adalah Penelitian Lapangan (Field Research). Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, dengan meminta responden yang menggunakan layanan GoFood untuk memberikan tanggapan dari beberapa pernyataan. Kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, dengan bobot penilaian sebagai berikut:

**Tabel 3. 1 Skala Interval Pengumpulan Data**

Penilaian	Skor	Skala
Sangat Setuju (SS)	5	Likert
Setuju (S)	4	
Netral (N)	3	
Tidak Setuju (TS)	2	
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	

Sumber : Sugiyono (2016)

### 3.4. Populasi Dan Sampel

#### 3.4.1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari untuk kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari GoJek yang pernah menggunakan layanan *Flash Sale* yang ada di GoFood periode dimulai dari September 2024.

#### 3.4.2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut karena banyaknya jumlah populasi maka penentuan sampel dilakukan dengan non probability sampling. Pada teknik ini peneliti menggunakan sample purposif atau sampel bertujuan secara subyektif. Penggunaan sample ini bertujuan agar peneliti memperoleh informasi dari suatu kelompok tertentu yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan. Adapun beberapa kriteria sampel yang digunakan yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3. 2 Kriteria Sampel**

No.	Kriteria Sampel
1.	Berusia minimal 12 tahun
2.	Pengguna layanan GoFood
3.	Pernah menggunakan promo <i>Flash Sale</i> di GoFood

Sumber: Data diolah tahun 2024

Menentukan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini mengacu pada pendapat (Hair et al., 2010) dalam (Mega et al., 2021) mengemukakan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator dikalikan 5 atau 10 kali dari jumlah indikator. Dengan ukuran sampel yang sesuai berkisar 100-200 responden. Dalam penelitian ini terdapat 18 indikator sehingga jumlah sampel dari penelitian ini adalah:

Sampel = Jumlah indikator x 10

$$18 \times 10 = 180$$

Dari perhitungan sampel di atas maka diperoleh sampel sebanyak 180 responden.

### 3.5. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Berikut penjelasan variabel penelitian di bawah ini :

#### 3.5.1. Variabel Bebas/Independent

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas Menurut (Sugiyono, 2016) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Flash Sale* (X1), Variasi produk (X2), Ulasan pelanggan, (X3)

#### 3.5.2. Variabel Terikat/Dependent

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi sebab akibat, karena adanya

variabel bebas (Sugiyono, 2016). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

### 3.6. Definisi Operasional Variabel

Berikut definisi operasional variabel dalam penelitian ini:

**Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Konsep Variabel	Konsep Operasional	Indikator	Skala
<i>Flash Sale</i>	<i>Flash Sale</i> merupakan program promosi yang menawarkan diskon khusus kepada pelanggan dalam waktu yang singkat untuk beberapa produk tertentu (Rahmawati et al., 2023)	Promo <i>Flash Sale</i> yang dilakukan dari GoFood yaitu menawarkan diskon dengan konsep jajanan sore	1. Diskon 2. Frekuensi 3. Durasi 4. Ketersediaan 5. Promosi Menarik. (Agustina, 2024)	Likert
Variasi produk	Semakin banyak variasi jumlah dan jenis produk yang ditawarkan, pembeli akan semakin sadar dan merasa puas, sehingga cenderung memilih untuk membeli produk tersebut tanpa perlu mencari alternatif lainnya. (Priambudi et al., 2024)	Varian jenis produk yang ditawarkan pada promo <i>Flash Sale</i> GoFood tidak hanya sekedar makanan melainkan berbagai macam makanan ringan hingga makanan berat, sehingga memudahkan konsumen untuk menentukan pilihannya	1. Ukuran 2. Harga 3. Tampilan 4. Ketersediaan produk Kotler dan Keller (2008:82)	Likert
Ulasan pelanggan	Ulasan pelanggan dapat dipahami sebagai salah	Pada aplikasi Gojek konsep ulasan pelanggan akan muncul di	1. Kualitas argumen 2. Volume 3. Valensi	Likert

	<p>satu media konsumen melihat <i>review</i> dari konsumen lain terhadap suatu produk, layanan perusahaan dan tentang bagaimana sebuah perusahaan produsen. (Asri Nugrahani &amp; Widiartanto, 2023)</p>	<p>akun pelanggan yang bisa diisi oleh konsumen ataupun dapat diabaikan.</p>	<p>4.Ketepatan waktu 5.Kredibilitas Sumber</p>	
Keputusan Pembelian	<p>Keputusan Pembelian merupakan sebuah proses dimana pembeli mengetahui masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi beberapa dari masing-masing alternatif tersebut untuk dapat digunakan dalam memecahkan masalah, yang kemudian mengarahkannya kepada Keputusan Pembelian. (Khalikussabir et al., 2021)</p>	<p>Keputusan Pembelian pada aplikasi GoFood tergantung dari konsumen yang tertarik dengan fitur yang ditawarkan pada aplikasi GoFood diantaranya <i>Flash Sale</i> jajanan sore</p>	<p>1.Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3.Memberikan rekomendasi pada orang lain 4.Melakukan pembelian ulang</p>	Likert

Sumber: Data diolah tahun 2024

### 3.7. Uji Prasyarat Instrumen

#### 3.7.1. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2016) Uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam melakukan pengujian ini peneliti menggunakan 30 responden, alasan peneliti menggunakan 30 responden karna distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurve normal dan dianggap mewakili. Pengujian validitas instrumen dilakukan menggunakan program SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 20.0).

Kriteria pengujian:

1. Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka kuisisioner dinyatakan valid, sebaliknya Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka kuisisioner dinyatakan tidak valid
2. Apabila  $sig \leq \alpha (0,05)$  , maka kuisisioner dinyatakan valid, sebaliknya Apabila  $sig > \alpha (0,05)$  , maka kuisisioner dinyatakan tidak valid.

#### 3.7.2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS (Statical Program and Service Solution seri 20).

**Tabel 3. 4 Interprestasi Nilai r**

<b>Koefisien r</b>	<b>Reabilitas</b>
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,0199	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2016)

### 3.8. Uji Persyaratan Analisis Data

#### 3.8.1. Uji Normalitas

Sebelum melakukan uji hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji normalitas. Tujuan dari uji ini adalah untuk mengetahui apakah data yang diperoleh terdistribusi secara teratur atau tidak. Instrumen uji yang digunakan adalah model Kolmogorov Smirnov (KS). Tujuan dari hasil ini adalah untuk menurunkan tingkat kesalahan dan mengetahui apakah data yang akan digunakan dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas data melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 20.0)

Prosedur Pengujian:

1.  $H_0$  : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.  
 $H_a$  : Data berasal dari populasi tidak berdistribusi normal.
2. Apabila nilai (sig)  $< 0.05$  berarti sampel tidak normal.  
Apabila nilai (sig)  $> 0.05$  berarti sampel normal.
3. Pengujian normalitas data melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 20.0)

#### 3.8.2. Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan linear yang signifikan atau tidak. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistik parametrik, khususnya pada analisis korelasi atau regresi linear yang termasuk dalam hipotesis asosiatif. Uji linearitas ini harus dilalui terlebih dahulu sebagai prasyarat pengujian hipotesis yang muncul. Pengujian dapat dilakukan pada program SPSS 20.0 (Statistical Program and Service Series 20.0).

Prosedur pengujian:

1.  $H_0$  : Apabila model regresi berbentuk linear
2.  $H_a$  : Apabila model regresi tidak berbentuk linear.
3. Jika nilai probabilitas (Signifikansi)  $> 0,05$  (alpha) maka  $H_0$  diterima.
4. Jika nilai probabilitas (Signifikansi)  $< 0,05$  (alpha) maka  $H_0$  ditolak.

### 3.9. Uji Asumsi Klasik

#### 3.9.1. Uji Multikolinieritas

Uji ini tidak boleh terdapat multikolinieritas diantara variabel penjelas pada model tersebut yang di indikasikan oleh hubungan sempurna atau hubungan yang tinggi diantara beberapa atau keseluruhan variabel penjelas. Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat juga diketahui dengan menggunakan nilai VIF (variance inflation faktor). Jika nilai VIF lebih dari 10 maka ada gejala multikolinieritas, sedangkan unsur  $(1 - R^2)$  di sebut collinierty tolerance, artinya jika nilai collinierty tolerance dibawah 0,1 maka ada gejala multikolinieritas.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai  $VIF \geq 10$  maka ada gejala multikolinertitas.  
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. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution 20.0).

#### 3.9.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Gejala heteroskedastisitas lebih sering muncul dalam data silang tempat dari pada runtut waktu. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Spearmans rho untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dengan ketentuan jika koefisien korelasi semua variabel terhadap residual  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan model regresi tidak terjadi heterokedastisitas. Uji ini dilakukan dengan meregreskan Variabel independen terhadap nilai absolut residualnya

### 3.10. Metode Analisis Data

(Sugiyono, 2016) menyatakan bahwa metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel data respon, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Metode analisis data pada penelitian ini adalah statistic inferensial yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi.

#### 3.10.1. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu *Flash Sale* (X1), Variasi produk (X2), Ulasan pelanggan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) yang mempengaruhi variabel lainnya maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 20.0. dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

#### Keterangan:

Y	=	Perilaku konsumtif
a	=	Konstanta
$\beta_{1,2,3}$	=	Koefisien regresi
X1	=	<i>Flash Sale</i>
X2	=	Variasi produk
X3	=	Ulasan pelanggan
e	=	Error term

### 3.11. Pengujian Hipotesis

#### 3.11.1. Uji T (Uji Parsial)

##### 1. Pengaruh *Flash Sale* (X1) Terhadap Keputusan Pembelian

$H_0 =$  *Flash Sale* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada layanan pengantaran makanan *online* GoFood.

$H_a =$  . *Flash Sale* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada layanan pengantaran makanan *online* GoFood.

Kriteria pengambilan keputusan :

1. Jika nilai t hitung  $>$  t tabel 0,05 maka  $H_0$  ditolak.
2. Jika nilai t hitung  $<$  t tabel 0,05 maka  $H_0$  diterima.

### **2. Pengaruh Variasi produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

$H_0 =$  Variasi produk (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada layanan pengantaran makanan *online* GoFood.

$H_a =$  Variasi produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada layanan pengantaran makanan *online* GoFood.

Kriteria pengambilan keputusan :

1. Jika nilai t hitung  $>$  t tabel 0,05 maka  $H_0$  ditolak.
2. Jika nilai t hitung  $<$  t tabel 0,05 maka  $H_0$  diterima.

### **3. Pengaruh Ulasan pelanggan(X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

$H_0 =$  Ulasan pelanggan(X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada layanan pengantaran makanan *online* GoFood.

$H_a =$  Ulasan pelanggan(X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada layanan pengantaran makanan *online* GoFood.

Kriteria pengambilan keputusan :

1. Jika nilai t hitung  $>$  t tabel 0,05 maka  $H_0$  ditolak.
2. Jika nilai t hitung  $<$  t tabel 0,05 maka  $H_0$  diterima.

#### **3.11.2. Uji F (Uji Signifikan Simultan)**

Uji statistik f adalah menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Uji F : *Flash Sale* (X1), Variasi produk (X2), dan Ulasan pelanggan(X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Menentukan F tabel dan F hitung dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikan sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika F hitung  $>$  F tabel atau sig  $<$   $\alpha$ , maka : H0 ditolak, Ha diterima artinya terdapat pengaruh secara simultan antara pengaruh *Flash Sale*, Variasi produk, dan Ulasan pelanggan terhadap Keputusan Pembelian pada layanan pengantaran makanan *online* GoFood
- b. Jika F hitung  $>$  F tabel, atau sig  $>$   $\alpha$ , maka : H0 diterima, Ha ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan pengaruh *Flash Sale*, Variasi produk, dan Ulasan pelanggan terhadap Keputusan Pembelian pada layanan pengantaran makanan *online* GoFood.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut:
  - a. Jika nilai F  $>$  F maka Ho ditolak dan Ha diterima hitung tabel
  - b. Jika nilai F  $<$  F maka Ho diterima dan Ho ditolak hitung tabel
2. Menentukan nilai titik kritis untuk F Tabel pada df1 k-1 dan df=nk
3. Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai  $\alpha$  (0,05) dengan kriteria sebagai berikut:
  - a. Jika nilai sig  $<$  0,05 maka Ho ditolak
  - b. Jika nilai sig  $>$  0,05 maka Ho diterima
4. Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis