

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah kuantitatif diskriptif. Penelitian kuantitatif diskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau menggambarkan terhadap obyek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis yang membuat kesimpulan yang berlaku umum Sugiyono (2017). Dalam penelitian ini ingin mengetahui Pengaruh *Co-Marketing* Terhadap Keputusan Konsumen dalam Penggunaan Jasa Pengiriman Barang (Studi Ninja Expres Bandar Lampung).

3.2. Sumber Data

a) Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner tentang pengaruh *Co-Marketing* Ninja Expres terhadap keputusan penggunaan Ninja Expres.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam teknik atau metode mengumpulkan data, untuk pengumpulan data primer menggunakan *survey* atau kuesioner. Kuesioner yang diberikan pada responden untuk dijawab, kuisisioner berisi pertanyaan-pertanyaan. Pada penelitian ini digunakan tiga metode pengumpulan data, yaitu :

3.3.1 Kuisisioner

Merupakan pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dilakukan dengan menyebarkan beberapa daftar pernyataan kepada responden yaitu pengunjung dan konsumen Ninja Expres di Bandar Lampung yang

berhubungan dengan masalah penelitian yang sedang diteliti. Kuesioner disebarakan kepada responden sebagai sampel atau wakil dari populasi.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karkarakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan Sugiyono (2017). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Bandar Lampung yang pernah menggunakan jasa Ninja Expres di Bandar Lampung. Dengan jumlah populasi yang diamsumsikan berdasarkan jumlah barang terkirim tahun 2020 sebanyak 170.293.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari elemen-elemen yang terpilih dengan cara menseleksi agar dapat merefleksikan seluruh karakteristik yang ada, dan elemen yang dimaksud adalah subjek dimana pengukuran itu dilakukan, Sanusi (2017). Jumlah populasi sudah di ketahui yaitu penduduk Bandar Lampung berdasarkan jenis kelamin 1.051.500 jiwa. Dengan demikian maka di gunakan rumus slovin jumlah penduduk yang akan diambil sebagai sampel dengan margin of eror 10% adalah sebanyak 100 orang.

Rumus Slovin :

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

n = ukuran sampel

n = ukuran populasi

e = toleransi error

perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 &= \frac{170.293}{1 + 170.293(0.10)^2} \\
 &= \frac{170.293}{1 + 170.293(0.010)} \\
 &= \frac{170.293}{1 + 1702} \\
 &= \frac{170.293}{1703} \\
 n &= 99,9 \\
 n &= 100
 \end{aligned}$$

dibulatkan menjadi 100 sampel.

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Bebas / *Independent*

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel variabel lain, Sanusi (2017). Dalam hal ini yang menjadi variabel bebas adalah pengaruh *Co-Marketing* (X) pada Ninja Expres di Bandar Lampung.

3.5.2 Variabel Terikat / *Dependent*

Variabel terikat atau variabel tergantung (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, Sanusi (2017). Dalam hal ini yang menjadi variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y) pada Ninja Expres di Bandar Lampung.

3.6 Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah seperangkat instruksi yang disusun secara lengkap untuk menetapkan variabel apa yang akan diukur dan bagaimana cara mengukur variabel Notoatmodjo (2014).

Tabel 3.1. Definisi Operasional

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Co marketing	Hubungan lateral antar perusahaan pada tingkat rantai nilai tambah yang sama dan bentuk dari simbiosis dalam pemasaran yang saling menguntungkan Susanti. F (2018)	Bagian dari cara perusahaan dalam proses belajar mengenai konsumen dan bagaimana perusahaan lain melakukan pendekatan pada konsumen	1. Komplement aritas. 2. Kredibilitas. 3. Kompabilitas (Sumber: Susanti. F, 2018))	Likert
Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian didasari pada informasi tentang keunggulan suatu produk yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan merubah seseorang untuk melakukan keputusan pembelian sopiah (2013)	Kondisi atau tahapan yang dirasakan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian	4 Kemantapan padasebuah produk 5 Kebiasaan dalam membeli produk 6 Kecepatan dalam membeli sebuah produk (Sumber: Kotler & Keller, 2016))	

3.7 Uji Validitas Dan Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017) validitas adalah alat ukur tingkat ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Instrumen penelitian valid artinya instrumen tersebut mampu mengukur apa yang harus diukur dengan tepat dan cermat.

Uji validitas dalam penelitian ini, menggunakan product moment pwngolahan data yang dilakukan bantuan program SPSS (*statistical program and service solution*) 20 dalam uji validitas pada penelitian ini.

Dengan menggunakan rumus dibawah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antar variabel X dan Y

N = Jumlah Sampel

X = Skor Variabel X

Y = Skor Variabel Y

Kriteria uji validitas instrumen ini adalah :

1. Menentukan nilai probabilitas (sig) pada nilai α sebesar 0,05 (5%)
 - a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu Sugiyono (2017). Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Dalam melakukan perhitungan Alpha, digunakan alat bantu program komputer yaitu SPSS for Windows versi 20.0 dengan menggunakan model Alpha. Sedangkan dalam pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6.

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji keberadaan distribusi normal dalam sebuah model regresi, variable dependent, variable independent, atau keduanya (Ghozali, 2015). Model regresi yang baik adalah memiliki data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Kriteria pengujian Suatu Uji Normalitas dengan Normal P-Plot :

1. Data dikatakan terdistribusi normal, jika data atau titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.
2. Sebaliknya data dikatakan tidak terdistribusi normal, jika data atau titik menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal.

3.8.2 Uji Linieritas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistik parametrik khususnya dalam analisis korelasi atau regresi linear yang termasuk dalam hipotesis assosiatif. jadi bagi peneliti yang mengerjakan penelitian yang berjudul "Korelasi antara", "Hubungan antara", atau "Pengaruh antara", uji linieritas ini harus kita lalui terlebih dahulu sebagai prasyarat uji hipotesis yang kita munculkan. Pengujian dapat dilakukan pada program SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Deviation from Linearity*) lebih dari 0,05.

Prosedur pengujian:

Ho : model regresi berbentuk linier

Ha : model regresi tidak berbentuk linier

1. Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka Ho ditolak
Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka Ho diterima
2. Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solutions* seri 17.0)

Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel X linier atau tidak linier.

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana, untuk mengetahui hubungan antar variabel, yaitu variabel X (variabel independen) dan Y (variabel dependen). Menurut Sugiyono (2017) : “Regresi linier

sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (independent) dan satu variabel tak bebas (dependent)”. Rumus regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X = *Co-Marketing*

a = Konstanta atau bila harga X = 0

b = Koefisiensi regresi

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji Signifikan Individual (Uji t).

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen Sugiyono (2017). Hipotesis yang digunakan adalah :

a. H_0 : Tidak ada pengaruh *Co-Marketing* terhadap keputusan pembelian.

b. H_1 : Ada Pengaruh *Co-Marketing* terhadap terhadap keputusan pembelian.

Cara melakukan uji t dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Apabila t tabel > t hitung, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan apabila t tabel < t hitung, maka H_0 ditolak dan H_a diterima Sugiyono (2017).