

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan pada data kuantitatif, dimana data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan (Suliyanto, 2018).

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausalitas, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh antar variabel (Suliyanto, 2018). Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan menguji pengaruh antara variabel independent (variabel bebas) yaitu Gaya Hidup dan Promosi Penjualan terhadap variabel dependen (variabel terikat) terhadap Keputusan Pembelian.

#### **3.2 Sumber Data**

Sumber data didalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan sendiri oleh peneliti (Anwar Sanusi, 2019). Pengumpulan data tersebut melalui kuesioner yang akan disebar kepada responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan baik tertulis maupun lisan. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan dompet digital GoPay di Bandar Lampung sesuai kriteria yang ditentukan.

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

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan (*field research*) penelitian untuk memperoleh data-data berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang disusun secara cermat terlebih dahulu yang akan diberikan kepada responden (Anwar Sanusi, 2019).

Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah skala likert. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu :

**Tabel 3.1 Jawaban Setiap Item Instrument**

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 : Suliyanto, 2018

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Bandar Lampung yang menggunakan dompet digital GoPay. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui atau populasi tidak terbatas (*infinite population*). Karena pertumbuhan populasi sangat cepat dan hilangnya populasi juga sangat cepat, sehingga populasi tidak dapat dipastikan dengan tepat.

#### **3.4.2 Sampel**

Dalam penelitian ini, menggunakan metode *nonprobability sampling*, yaitu pengambilan sampel dimana tiap anggota populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel (Suliyanto, 2018).

Sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen yang menggunakan aplikasi dompet digital GoPay di Bandar Lampung. Dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu cara pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu (Anwar Sanusi, 2019). Adapun pertimbangan tersebut yaitu:

**Tabel 3.2 Kriteria Pemilihan Sampel**

No	Kriteria Pemilihan Sampel
1	Berusia 15-40 tahun, dimana pada usia ini rentan melakukan keputusan penggunaan dompet digital dan diasumsikan responden telah mampu menanggapi masing-masing pertanyaan dalam kuesioner penelitian dengan baik.
2	Responden pernah melakukan transaksi menggunakan dompet digital GoPay minimal 2 kali dalam seminggu.

Sumber : Data Olah Peneliti 2022 (17.20 wib, 01 Januari 2022)

Penentuan jumlah sampel yang representative menurut Hair et al (2010) adalah dimana jumlah sampel ini sama dengan jumlah indikator dikalikan derajat kepercayaan 5 hingga 10. Jumlah indikator dalam penelitian ini sejumlah 12. Sehingga, jumlah sampel penelitian ini dapat ditentukan dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}n &= \text{Total indikator} \times \text{Derajat kepercayaan} \\ &= 12 \times 10 \\ &= 120 \text{ Responden}\end{aligned}$$

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 120 responden.

### **3.5 Variabel Penelitian**

Menurut Suliyanto (2018) Variabel atau pengubah berarti sesuatu yang karakteristik atau nilainya berubah-ubah, berbeda-beda, atau bermacam-macam.

#### **3.5.1 Variabel Penelitian Independen**

Variabel Independen (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab besar kecilnya variabel lain (Suliyanto, 2018). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Gaya Hidup (X1), dan Promosi Penjualan (X2).

### 3.5.2 Variabel Penelitian Dependen

Variabel dependen (Y) adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variasi variabel bebas (Suliyanto, 2018). Dalam penelitian ini variabel dependen adalah Keputusan Penggunaan (Y).

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Menurut Anwar Sanusi (2019) definisi operasional variabel penelitian adalah suatu definisi konseptual, disertai indikator-indikator dan skala mengenai variabel yang dapat diamati.

**Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Gaya Hidup (X1)	Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang lain menghabiskan waktu mereka (aktivitas) dilihat dari pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, dan kegiatan sosial serta <i>interest</i> (minat) terdiri dari makanan, mode, keluarga, rekreasi dan juga <i>opinion</i> (pendapat) terdiri dari mengenai diri mereka sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, dan produk.	Pola kehidupan masyarakat yang dijalani sehari-hari.	1. <i>Activity</i> (Aktivitas) 2. <i>Interest</i> (Minat) 3. <i>Opinion</i> (Opini atau Pendapat).  Suryani dalam (Aprianti, 2017)	Interval

	Sutisna dalam Heru Suprihhadi (2017).			
Promosi Penjualan (X2)	Promosi penjualan merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong penjualan produk atau jasa, Kotler dan Armstrong dalam Fakhri (2020).	Seluruh kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan minat beli konsumen agar dapat meningkatkan penjualan. Promosi yang dilakukan adalah dengan memberikan kupon, potongan harga, dan penawaran diskon.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Frekuensi promosi</li> <li>2. Kualitas promosi</li> <li>3. Kuantitas promosi</li> <li>4. Waktu promosi</li> <li>5. Ketetapan atau kesesuaian sasaran promosi</li> </ol> <p>Kotler dan Keller dalam Pratama (2019).</p>	Interval
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka,	Keputusan yang dilakukan oleh pengguna Dompot Digital GoPay untuk memilih produk atau jasa dalam bentuk tidak oleh konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pilihan Produk</li> <li>2. Pilihan Merek</li> <li>3. Pilihan Penyalur</li> <li>4. Waktu Pembelian</li> <li>5. Jumlah Pembelian Metode Pembayaran</li> </ol>	Interval

	Kotler & Armstrong (2016)		Kotler & Armstrong (2016)	
--	------------------------------	--	---------------------------------	--

Sumber : Data Diolah 2022

### 3.7 Uji Persyaratan Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut Anwar Sanusi (2019), suatu instrument dikatakan valid jika instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Tingkat validitasnya pada alat ukur dalam ilmu alam umumnya sudah terjamin karena mudah diamati dan hasilnya cepat diperoleh. Instrumen penelitian berupa pertanyaan atau pernyataan disusun berdasarkan konstruk atau konsep, variabel, indikatornya. Validitas instrument ditentukan dengan mengorelasi antara skor yang diperoleh setiap butir pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi *Person Product Moment* menggunakan SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 21).

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

Ho : Apabila Sig < *Alpha* (0,05) maka instrument valid

Ha : Apabila Sig > *Alpha* (0,05) maka instrument tidak valid

#### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Anwar Sanusi (2019) Reliabilitas suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan pengelolaan yang dibantu oleh SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 21) dengan membandingkan antara Alpha dengan interpretasi nilai r. uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi sebagai berikut:

**Tabel 3.4 Interpretasi Nilai R**

<b>Koefisien r</b>	<b>Reliabilitas</b>
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1000	Sangat Rendah

Sumber: Suliyanto, 2018

### **3.8 Uji Persyaratan Analisis Data**

#### **3.8.1 Uji Normalitas Sampel**

Uji normalitas sampel merupakan uji distribusi daya yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik (Rambat.L dan Ridho.B.I, 2015). Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari sampel yang berasal dalam penelitian ini adalah menggunakan uji *Non parametric one sample Kolmogorov Smirnov (KS)*. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 21).

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

- 1)  $H_0$  : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.  
 $H_a$  : Data dari populasi yang berdistribusi tidak normal.
- 2) Apabila  $(Sig) > 0,05$  maka  $H_0$  diterima (Normal).  
Apabila  $(Sig) < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak (Tidak Normal).

#### **3.8.2 Uji Linieritas**

Uji linieritas yaitu untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistic parametrik (Rambat.L dan Ridho.B.I, 2015) jadi bagi peneliti yang mengerjakan penelitian yang berjudul “Korelasi antara”, “Hubungan antara”, atau “Pengaruh antara”, uji linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 21) dengan menggunakan *Test for Linierity* padaa taraf signifikansi

0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi lebih dari 0,05.

Prosedur Pengujian:

- 1)  $H_0$  : Model regresi berbentuk linear.  
 $H_a$  : Model regresi tidak berbentuk linear.
- 2) Jika probabilitas (Sig) < 0,05 maka  $H_0$  ditolak.  
Jika probabilitas (Sig) > 0,05 maka  $H_0$  diterima.

### **3.8.3 Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan model regresi linier (Rambat.L dan Ridho.B.I, 2015). Dalam analisis regresi berganda, maka akan terdapat dua atau lebih variabel bebas atau variabel independent yang diduga mempengaruhi variabel tergantungnya. Pendugaan tersebut akan dapat dipertanggung jawabkan apabila tidak terjadi adanya hubungan yang linier diantara variabel-variabel independen.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai VIF  $\geq 10$  maka ada gejala multikolinier.  
Jika nilai VIF  $\leq 10$  maka tidak ada gejala multikolinier.
2. Jika nilai tolerance < 0,1 maka ada gejala multikolinier.  
Jika nilai tolerance > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinier.
3. Pengujian multikolinier dilakukan melalui program SPSS 21.

## **3.9 Metode Analisis Data**

### **3.9.1 Regresi Linier Berganda**

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independent yaitu Gaya Hidup (X1), dan Promosi Penjualan (X2). Variabel dependen yaitu Keputusan Penggunaan (Y) pada konsumen dompet digital. Maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS *ram and Service Solution* seri 21.

### 3.10 Pengujian Hipotesis

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

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Pada pengujian hipotesis ini, agar hasil penelitian signifikan maka perlu dilakukan pengujian hipotesis melalui uji t mengenai pengaruh Gaya Hidup (X1), dan Promosi Penjualan (X2) terhadap Keputusan Penggunaan (Y) pada dompet digital. Pengolahan data menggunakan SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 21).

#### **Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan Dompet Digital GoPay**

Ho: Gaya Hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay.

Ha: Gaya Hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay.

#### **Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompet Digital GoPay**

Ho: Promosi Penjualan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay.

Ha: Promosi Penjualan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay.

Hipotesis yang digunakan, yaitu:

- a. Apabila nilai thitung  $> t_{tabel}$  dan signifikan  $< 0,05$  berarti  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b. Apabila nilai thitung  $< t_{tabel}$  dan signifikan  $> 0,05$  berarti  $H_o$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 3.10.2 Uji Simultan (Uji-F)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan kedalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

#### **Pengaruh Gaya Hidup Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital GoPay**

$H_0$ : Gaya Hidup dan Promosi Penjualan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay.

$H_a$ : Gaya hidup dan promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay.

Hipotesis yang digunakan, yaitu:

- a. Apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.
- b. Apabila nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima.