**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

**Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah inovasi produk Go-Jek dan citra merek Go-Jek di daerah Jakarta Utara yang menjalankan kegiatan usaha di bidang transportasi online, dan subyek penelitian ini adalah pengguna yang pernah menggunakan transportasi online aplikasi Go-Jek di daerah Jakarta Utara.

**Desain Penelitian**

Berdasarkan klasifikasi, metode penelitian menurut Cooper dan Schindler (2014 : 126-128), metode penelitian yang akan digunakan penulis akan ditinjau dari delapan perspektif, yaitu

**Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset**

Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan berkaitan dengan penelitian ini adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan suatu hipotesis atau pertanyaan penelitian dan mencakup prosedur-prosedur yang cermat dan spesifikasi mengenai sumber data.Tujuan dari studi ini adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.

**Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan metode *communication*, dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan ataupun pernyataan-pernyataan kepada subjek penelitian berkaitan dengan variabel-variabel dalam penelitian, yaitu inovasi produk, citra merek, dan keputusan pembelian.

**Pengendalian Variabel-variabel oleh Peneliti**

Penelitian ini merupakan penelitian *expost facto,* dimana peneliti tidak mempunyai kontrol dalam terhadap variabel untuk memanipulasinya.

**Tujuan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kausal atau metode sebab akibat untuk menunjukan bagaimana pengaruh inovasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelianGo-Jek di daerah Jakarta Utara.

**Dimensi Waktu**

Penelitian ini merupakan penelitian studi *cross sectional*, karena hanya dilakukan satu kali dan mencerminkan gambaran dari suatu keadaan pada satu saat tertentu.

**Ruang Lingkup Topik Bahasan**

Penelitian ini merupakan desain studi statistik, karena bertujuan untuk mengetahui ciri-ciri populasi melalui penarikan kesimpulan berdasarkan ciri-ciri sampel.

**Lingkungan Riset**

Penelitian ini tergolong dalam penelitian lapangan, karena data-data diambil langsung di lapangan dengan menyebarkan kuesioner, khususnya di daerah Jakarta Utara.

**Persepsi Peserta**

Kesimpulan dari penelitian ini akan sangat bergantung pada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subjek penelitian. Oleh karena itu, penting bagi penulis dalam memberikan pengertian kepada subyek penelitian untuk menghindari persepsi yang bias tentang penelitian yang sedang dilakukan.

**Variabel Penelitian**

Operasionalisasi konsep merupakan proses pemberian definisi operasional atau indikator pada sebuah variabel. Di dalam penelitian ini ada 2 jenis variabel, yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Menurut Sekaran dan Bougie (2017: 76-77), yang dimaksud dengan variabel terikat merupakan variabel yang menjadi perhatian utama bagi peneliti.Sedangkan variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif maupun negatif.

Pada penelitian ini, terdapat tiga variabel, yang akan diukur yaitu inovasi produk, citra merek, dan keputusan pembelian. Inovasi produk dan citra merek merupakan variabel bebas, sedangkan keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Untuk lebih jelasnya, operasionalisasi konsep ketiga variabel tersebut diuraikan pada tabel 3.1 sebagai berikut

**Tabel 3.1**

**Pengukuran Inovasi Produk**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Indikator** | **Skala** |
| Inovasi Produk  (Diadaptasi dari Fu, Jones, dan bolander., 2008) | Go-Jek merupakan produk baru diantara produk sejenis | Likert |
| Go-Jek benar-benar baru di pasar transportasi | Likert |
| Aplikasi Go-Jek tidak hanya produk transportasi | Likert |
| Aplikasi Go-Jek sangat inovatif | Likert |

**Tabel 3.2**

**Pengukuran Citra Merek**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Indikator** | **Butir Pertanyaan** | **Skala** |
| Citra Merek  (Diadaptasi dari Kurniawati, Suharyono dan Kusumawati., 2014) | Citra Perusahaan | Menggunakan Go-Jek karena dikenal sebagai jasa transportasi online yang pertama di Indonesia | Likert |
| Citra Produk | Driver Gojek lebih banyak tersebar sehingga mudah didapatkan | Likert |
| Citra Pemakai | Merasa puas setelah menggunakan jasa Go-Jek | Likert |

**Tabel 3.3**

**Pengukuran Keputusan Pembelian**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Indikator** | **Butir Pertanyaan** | **Skala** |
| Keputusan Pembelian  (Diadaptasi dari Shareef et al., 2008) | Purchase Intention | Memiliki keinginan untuk menggunakan aplikasi Go-Jek | Likert |
| Overall Satisfaction | Puas terhadap layanan dari Go-Jek | Likert |
| Purchase Frequency | Melakukan pembelian ulang terhadap aplikasi Go-Jek | Likert |

**Teknik Pengambilan Sampel**

Penulis melakukan teknik pengumpulan sampel dengan melakukan survei, pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Populasi : Pelanggan Go-Jekdi Jakarta Utara.
2. Penulis menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *judgement sampling*. *Judgement sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan melakukan pertimbangan bahwa sampel yang diambil dapat mewakili pelanggan Go-Jek. Kriteria yang digunakan adalah yang pernah menggunakan layanan transportasi Go-Jek di daerah Jakarta Utara.
3. Ukuran sampel yang diambil adalah 100 responden yang berlokasi di sekitar Jakarta Utara.

**Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, penulis memperoleh data yang diperlukan dengan menggunakan teknik komunikasi, yaitu dengan menyebarkan kuesioner untuk mengumpulkan data primer. Data primer yang didapatkan menggunakan jenis skala interval. Kuesioner ini ditujukan kepada responden yaitu pengguna layanan transportasi Go-Jek di daerah Jakarta Utara. Sampel didapatkan dari pelanggan yang pernah menggunakan jasa layanan transportasi Go-Jek daerah Jakarta Utara. Untuk memperoleh data tersebut, peneliti menggunakan fasilitas layanan online yaitu Google Form. Layanan tersebut dapat memudahkan para responden untuk menjawab pertanyaan yang sudah disediakan oleh peneliti.

**Teknik Analisis Data**

Untuk menganalisis data, penulis menggunakan program SPSS 23 untuk mempermudah proses perhitungan. Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis untuk membantu menganalisis data-data mendukung hasil penelitian ini, antara lain

* + - 1. **Uji Validitas**

MenurutGhozali (2016:47), Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pernyataan dapat dikatakan valid jika nilai Corrected Total-Item Correlation (CITC) > 0,361.

* + - 1. **Uji Reliabilitas**

Menurut Ghozali (2016:47), Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kueisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach’s Alpha > 0,70

* + - 1. **Analisis Deskriptif**

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui gambaran atau karakteristik melalui data yang dikumpulkan.

* 1. **Rata-Rata Hitung**

Setelah kuesioner dikumpulkan, maka dilakukan perhitungan untuk mengetahui tingkat rata-rata respon konsumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut

Keterangan :

= Skor rata-rata

Fi = Frekuensi pemilihan nilai

Xi = skor 1,2,3,4,5

n = Jumlah yang digunakan

* 1. **Rentang Skala**

Skala likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju, rumus yang digunakan :

Keterangan :

Rs = Rentang Skala

m = Jumlah Skala

Sehingga rentang skala yang didapat adalah :

Dalam setiap pertanyaan, skor nilai terendah 1 (satu) dan nilai tertinggi adalah 5 (lima) dari lima kategori penelitian. Maka rentang skala untuk penelitian data tersebut adalah

1,00-1,80 Sangat tidak puas/Sangat tidak baik

1,81-2,60 Tidak puas/Tidak baik

2,61-3,40 Cukup puas/Cukup baik

3,41-4,20 Puas/Baik

4,21-5,00 Sangat puas/Sangat baik.

* + - 1. **Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi menurut Sekaran dan Bougie (2017 : 138), merupakan pengukuran yang digunakan dalam situasi di mana satu variabel bebas dihipotesiskan akan mempengaruhi satu variabel terikatnya.

Sedangkan analisis regresi berganda menurut Sekaran dan Bougie (2017b : 139), sama dengan analisis regresi sederhana. Hanya saja dalam analisis regresi berganda menggunakan lebih dari satu variabel bebas untuk menjelaskan varians dalam variabel terikat.

* 1. **Persamaan Regresi**

Penelitian ini akan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan persamaan regresinya adalah

Y = 1X1 2X2

Adapun estimasi persamaan regresi sebagai berikut

Keterangan :

Y atau : Variabel Dependen (Keputusan Pembelian)

0 atau bo : Konstanta

1 atau b1 : Koefisien regresi

2 atau b2 : Koefisien regresi

X1 dan X2 : Variabel independen (Inovasi Produk dan Citra Merek)

Didalam menggunakan analisis regresi terlebih dahulu akan diuji asumsi klasik.

* 1. **Uji Asumsi Klasik**

Dalam analisis regresi ganda, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik agar memenuhi kriteria BLUE (*Best Linier Unbiased Estimate*).Dimana untuk memenuhi kriteria BLUE harus terpenuhi residual berdistribusi normal, tidak terjadi autokorelasi, tidak terjadi heterokedastisitas, dan tidak terjadi multikolinearitas. Adapun pengujian asumsi klasik sebagai berikut

1. **Uji Normalitas**

Tujuan uji normalitas menurut Ghozali (2016 : 154), untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Distribusi normal yang dimaksud yaitu distribusi data dengan bentuk lonceng (*bell shaped*). Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni tidak berat ke kiri ataupun ke kanan. Uji normalitas ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 23.

Uji normalitas ini menggunakan uji statistik Kolmogrov – Smirnov. Model regresi ditkatakan normal jika hasil uji One Sample Kolmogrov – Smirnov test yang dinyatakan dalam signifikan Asymps.Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05.

H0 : Data residual berdistribusi normal.

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal.

1. **Uji Heterokedastisitas**

Uji Heterokedastisitas menurut Imam Ghozali (2016 : 134-138), bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Umumnya data *cross-section* mengalami heterokedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Untuk menguji heterokedastisitas peneliti menggunakan bantuan program SPSS 23. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji heterokedastisitas menggunakan Uji *Glejser. Glejser* mengusulkan untuk meregres nilai *absolute* residual (Ut) terhadap variabel independen, dengan persamaan regresi sebagai berikut

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut

* + - 1. Jika semua nilai sig. > 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas.
      2. Jika ada satu nilai sig. < 0,05 maka terjadi heterokedastisitas.

1. **Uji Autokorelasi**

Uji Autokorelasi menurut Imam Ghozali (2016 : 107-108), pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (periode sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah Autokorelasi.Masalah ini timbul karena adanya kesalahan pengganggu (residual) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data *time series*.

Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi.Pengujian autokorelasi ini menggunakan Uji Durbin-Watson (DW-Test). Hipotesis pengujian adalah sebagai berikut

H0 : Tidak ada autokorelasi (ρ = 0).

Ha : Ada autokorelasi (ρ ≠ 0).

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dinyatakan Gambar 3.1 berikut

**Gambar 3.1**

**Tabel Durbin-Watson**

Terjadi Tidak Ada Tidak Terjadi Tidak Ada Terjadi

Autokorelasi Keputusan Autokorelasi Keputusan Autokorelasi

0 dl du 4-du 4-dl 4

1. **Uji Multikolinearitas**

Menurut Ghozali (2016 : 103-104) uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas / independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya.*Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena VIF= 1/Tolerance). Nilai cutoff yang umum yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai Tolerance 0.10 atau sama dengan nilai VIF 10.

Pengambilan keputusan untuk pengujian multikolineritas adalah sebagai berikut

1. Jika nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolineritas.
2. Jika nilai VIF 10, maka terjadi multikolineritas.

Setelah dilakukan pengujian asumsi klasik, maka akan dilakukan uji keberartian model dan uji koefisien regresi.

* 1. **Uji Keberartian Model (Uji F)**

Menurut Imam Ghozali (2016 : 96), uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Tidak seperti uji t yang menguji signifikansi koefisien parsial regresi secara individu dengan uji hipotesis terpisah bahwa setiap koefisien regresi sama dengan nol. Dalam analisisnya, hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut

Ho : β1 = β2 = 0

Ha : Paling sedikit ada satu βi ≠ 0

i = 1, 2

Kriteria pengambilan keputusanya adalah sebagai berikut

1. Jika sig ≤ 0,05 , maka tolak Ho yang berarti model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi Y.
2. Jika sig > 0,05 , maka tidak tolak Ho yang berarti model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi Y.
   1. **Uji Koefisien Regresi (Uji t)**

Menurut Imam Ghozali (2016 : 97), Uji statistik t pada dasarnya dapat menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing–masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut

Ho : βi = 0

Ha : βi > 0

i = 1, 2

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut

1. Jika nilai sig ≤ 0,05 maka tolak Ho yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai sig > 0,05 maka tidak tolah Ho yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
   1. **Analisis Koefisien Determinasi (R2)**

Menurut Ghozali (2016 : 95-96), koefisien determinasi (R2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R2 semakin mendekati nol berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.