



BAB III

METODE PENELITIAN



Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Objek Penelitian

Objek penelitiannya adalah *OVO payment* dengan subjeknya adalah pengguna layanan *OVO payment* yang berada di Jakarta.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:148), pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini bias ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda yaitu :

1. Berdasarkan derajat kristalisasi pertanyaan riset

Studi yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian formal, karena penelitian ini telah dirumuskan dengan identifikasi masalah dan tujuan akhirnya adalah menjawab identifikasi masalah tersebut.

2. Berdasarkan metode pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan metode komunikasi dengan pendekatan survei. Karena penelitian ini mengajukan pertanyaan kepada responden dan mengumpulkan setiap jawaban dari responden. Data yang dihasilkan adalah data dari setiap jawaban yang diisi oleh responden.

3. Berdasarkan pengendalian variabel-variabel

Berdasarkan pengendalian variabel oleh periset penelitian ini menggunakan desain laporan sesudah fakta atau *ex post facto*, dimana para peneliti mampu memanipulasi variabel-variabel yang ada. Peneliti dapat melaporkan apa yang terjadi atau tidak terjadi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Berdasarkan tujuan studi

Penelitian ini pada awalnya menggunakan studi deskriptif dimana penelitian ini berkaitan dengan mencari tahu apa, siapa, dimana, bagaimana, atau berapa banyak untuk menggambarkan bagaimana penelitian ini terhadap layanan *OVO Payment*.

5. Berdasarkan dimensi waktu

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini termasuk dalam cross sectional study (studi lintas bagian). Dimana studi ini dilakukan satu kali dan mencerminkan “potret” dari suatu keadaan pada saat tertentu.

6. Berdasarkan ruang lingkup topik bahasan

Berdasarkan ruang lingkup topik bahasan penelitian ini termasuk dalam studi statistik, dimana lebih mementingkan keluasan studi dari pada kedalaman studi. Serta penelitian ini diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik.

7. Berdasarkan lingkungan penelitian

Dalam penelitian ini termasuk penelitian lingkungan aktual (kondisi lapangan) karena subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya.

C. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yang terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independent terdiri dari promosi penjualan dan citra merek sedangkan untuk variabel dependen berupa niat membeli kembali. indikator dan item pertanyaan setiap variabel dijabarkan sebagai berikut :



1. Variabel Promosi Penjualan

Variabel promosi penjualan dijabarkan dalam **tabel 3.1** berikut :

Tabel 3.1

Dimensi dan Indikator dari Promosi Penjualan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Menurut Kotler dan Keller (2016:624)	<i>Samples</i>	Aplikasi OVO <i>payment</i> menawarkan beberapa layanan gratis tanpa dipungut biaya seperti isi ulang pulsa menggunakan aplikasi OVO	Interval
	<i>Coupons</i>	Aplikasi OVO <i>payment</i> menawarkan penghematan kupon / voucher pada <i>merchant food & beverage</i> tertentu	Interval
	<i>Price Packs</i>	Aplikasi OVO <i>payment</i> menawarkan paket harga pada <i>Food & beverage</i> di aplikasi OVO	Interval
	<i>Premiums</i>	Aplikasi OVO <i>payment</i> menawarkan layanan dengan harga yang lebih rendah dengan cara membeli produk di <i>merchant</i> tertentu	Interval
	<i>Frequency programs</i>	Aplikasi OVO <i>payment</i> memberikan hadiah point tambahan bagi pengguna OVO baru.	Interval
	<i>Point Of purchase displays & Demonstrations</i>	Aplikasi OVO <i>payment</i> sering menampilkan tentang produk atau jasa yang mendapatkan potongan harga saat pembelian atau penjualan di <i>e-commerce</i>	Interval
	<i>Cross Promotion</i>	Aplikasi OVO <i>payment</i> bekerja sama dengan perusahaan <i>e-commerce</i> lain dalam mempromosikan layanannya	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Variabel Citra Merek

Variabel Citra Merek dijabarkan dalam **tabel 3.2** berikut :

Tabel 3.2

Dimensi dan Indikator dari Citra Merek

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Brand Image Kotler dan Keller dalam Donni Juni Priansa (2017:268)	<i>Personality</i>	OVO merupakan transaksi pembayaran yang terpercaya	Interval
	<i>Reputation</i>	Merek OVO dapat dibedakan dengan pesaing	Interval
	<i>Value</i>	OVO cepat tanggap dalam mengatasi keluhan konsumen	Interval
	<i>Corporate Identity</i>	Logo OVO mudah dikenali	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Variabel Niat membeli kembali

Variabel Niat membeli kembali dijabarkan dalam **table 3.3** berikut :

Tabel 3.3

Dimensi dan Indikator dari Niat membeli kembali

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Menurut Ferdinand (2006)	Minat Transaksional	Saya melakukan transaksi ulang barang dan jasa menggunakan OVO <i>payment</i> karena transaksinya lebih mudah dan murah	Interval
	Minat Eksploratif	Saya melakukan transaksi ulang barang dan jasa menggunakan OVO <i>payment</i> karena mendapatkan informasi dan manfaat yang positif	Interval
	Minat Preferensial	Saya melakukan transaksi ulang barang dan jasa menggunakan OVO <i>payment</i> karena memiliki konsep yang menguntungkan bagi konsumen	Interval
	Minat Referensial	Saya melakukan transaksi ulang barang dan jasa menggunakan OVO <i>payment</i> karena mudah untuk mereferensikan kepada orang lain.	Interval

D. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli barang atau jasa menggunakan layanan OVO *payment* di Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability* sampling atau disebut juga penarikan sample secara tidak acak. Sebanyak 120 responden akan diambil dari populasi dengan *judgement sampling* yang kriteria adalah konsumen yang pernah bertransaksi barang atau jasa menggunakan OVO *payment* dalam tiga bulan terakhir.



E. Teknik Pengumpulan Data

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Teknik komunikasi, dengan bantuan kuesioner yang disebarakan secara online dan bertatap muka melalui *Google Docs* secara *online* dan bertatap muka kepada pengguna secara *offline*

Berdasarkan daftar pertanyaan pada kuesioner yang dibuat peneliti, untuk menentukan penilaian skor atas jawaban yang diberikan oleh responden. Peneliti menetapkan nilai masing-masing jawaban yang diperoleh dengan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk meminta persetujuan pada suatu pernyataan dengan kriteria Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Cukup Setuju (CS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

Tabel 3.4

Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Cukup Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Pra-kuesioner

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018:51) uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kuesioner tersebut. Jika validitas bertujuan untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner sudah dibuat dengan benar dan dapat mengukur apa yang peneliti ingin ukur.

Dalam pengambilan keputusan uji validitas ini, peneliti membandingkan hasil perhitungan *r* hitung *Pearson Product Moment* dengan *r* table sebesar 0,361. Pernyataan dikatakan valid apabila nilai *Corrected Total-Item correlation* > 0,361. Apabila item pernyataan tidak valid maka item pernyataan yang tidak valid harus dibuang dan diperbaiki.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali (2016:47), suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila nilai *Cronbach's Alpha* (α) > 0,60, sedangkan apabila *Cronbach's Alpha* (α) < 0,60 maka tidak reliabel.

2. Rata-rata dan Rentang Skala

Dalam mendeskripsikan variabel-variabel yang diteliti akan dilakukan dengan menggunakan skor rata-rata dan selanjutnya skor rata-rata tersebut akan di plot pada rentang skala. Data primer yang telah ada diperoleh dari kuesioner selanjutnya akan dikelompokkan ke dalam rentang skala untuk menentukan posisi nilai skor rata-rata suatu variabel/dimensi/indikator. Berikut perhitungan rentang skala sebagai berikut :

$$RS = \frac{m-1}{k}$$



Keterangan :

Rs = Rentang Skala

m = Skor terbesar

k = Banyaknya kategorisasi

1 = skor terkecil

Skor terbesar adalah 5 dan yang terkecil adalah 1, jumlah kategori 5, maka ditentukan rentang skalanya adalah sebagai berikut :

$$Rs = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Tabel 3.4 dibawah ini menyajikan rentang skala dan kriterianya :

Tabel 3.5

Rentang Skala

Rentang Nilai	Kriteria		
	Promosi Penjualan	Citra Merek	Niat Membeli Kembali
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
1,81 - 2,60	Tidak Baik	Tidak Baik	Tidak Baik
2,61 - 3,40	Cukup Baik	Cukup Baik	Cukup Baik
3,41 - 4,20	Baik	Baik	Baik
4,21 - 5,00	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Baik

3. Analisis Regresi Linier Ganda

3.1 Estimasi Persamaan regresi

Model persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana y = Keputusan Pembelian

β_0 = Konstanta

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

X_1 = Promosi Penjualan

X_2 = Citra Merek

ε = Error

β_1 dan β_2 = Koefisien Regresi

Persamaan regresi tersebut diatas diestimasi dengan persamaan regresi estimasi

$$y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Estimasi persamaan regresi yang baik bila residual berdistribusi normal (normalitas), sesama residual tidak terjadi korelasi (tidak terjadi otokorelasi), ragam residual konstan (tidak terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas), dan sesama variabel bebas tidak terjadi korelasi yang kuat (tidak terjadi multikolinearitas). Berdasarkan hal tersebut di atas maka sebelum dilakukan pengujian kesesuaian model, dan pengujian koefisien regresi, akan dilakukan uji asumsi klasik sebagai berikut :

3.2 Uji Asumsi Klasik

3.2.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji statistic dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistic non parametik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dengan $\alpha = 0,05$ dengan kriteria pengujian sebagai berikut

- a. Jika $\text{Sig} \geq 0,05$ maka data berdistribusi normal
- b. Jika $\text{Sig} \leq 0,05$ maka data tidak berdistribusian normal



Jika terdapat normalitas maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen. Model yang paling baik adalah distribusi data normal atau mendekati.

3.2.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghozali (2016:103) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak orthogonal. Yang di maksud dengan variabel orthogonal adalah variabel independent yang nilai korelasi antar semua variabel independen sama dengan nol.

Dasar Pengambilan keputusannya adalah :

- (a) Jika $VIF < 10$ dan $TOL > 0,1$ maka tidak terjadi multikolinearitas
- (b) Jika $VIF > 10$ dan $TOL < 0,1$ maka terjadi multikolinearitas

3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Pengukuran Heteroskedastisitas dilihat dari nilai signifikansi masing – masing variabel independent. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 5% maka variabel independent menunjukkan terjadinya heteroskedastisitas.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3.2.4 Uji Autokorelasi

Menurut Imam Ghozali (2018:11-112), uji autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu dalam periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya.

Pada data *cross-section* (*silang waktu*), masalah autokorelasi relatif jarang terjadi karena “gangguan” pada observasi yang berbeda berasal dari individu yang berbeda. Model regresi yang baik adalah refresi yang bebas dari autokorelasi. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan uji Durbin-Watson (*DW test*).

Keputusan tidak ada autokorelasi, baik positif atau negatif, adalah jika nilai $d_u < d$ (Durbin-Watson) $< 4 - d_u$. Pengambilan keutusan ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilihat pada table 3.5 berikut ini :

Tabel 3.5

Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi

Jika	Keputusan
$d_l \leq d \leq d_u$ atau $4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$	Tidak ada keputusan adanya autokorelasi atau tidak
$0 < d < d_l$ atau $4 - d_l < d < 4$	Ada autokorelasi
$d_u < d < 4 - d_u$	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Imam Ghozali (2018: 112)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Setelah dilakukan pengujian asumsi klasik maka dilakukan pengujian hipotesis yaitu uji F dan Uji t sebagai berikut :

3.3 Pengujian kesesuaian Model (Uji F)

Uji Statistik F ini digunakan untuk menguji keberartian model regresi apakah model regresi dapat digunakan atau tidak

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$ (model regresi tidak layak digunakan)

H_a : Paling sedikit ada satu $\beta_i \neq 0$ (model regresi layak digunakan)

Kriteria pengambilan keputusan :

Jika $\text{Sig F} < 0,05$ maka tolak H_0 , artinya adalah model regresi layak digunakan

Jika $\text{Sig F} \geq 0,05$ maka tidak tolak H_0 , artinya model regresi tidak layak digunakan

Jika uji F hasilnya adalah tolak H_0 maka pengujian selanjutnya akan dilakukan pengujian uji t sebagai berikut:

3.4 Pengujian koefisien Regresi (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Langkah-langkah yang dilakukan adalah :

Menentukan hipotesis

$H_0 : \beta_i = 0$

$H_a : \beta_i > 0$

$i : 1, 2$

Menetapkan tingkat kesalahan (α) = 0,05

Pengambilan keputusan :



Jika $\text{Sig } t < 0,05$ maka tolak H_0 , artinya adalah variabel independent memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variabel dependen

Jika $\text{Sig } t \geq 0,05$ maka tidak tolak H_0 , artinya adalah variabel independent tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variabel dependen.

3.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independent. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Semakin kecil nilai R^2 berarti semakin terbatas kemampuan variabel-variabel menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Imam Ghozali (2018:101), juga menambahkan bahwa ketepatan prediksi dapat dilihat dari nilai *Standart Error of the Estimate* (SEE). Jika semakin kecil nilai SEE, maka semakin tepat model regresi memprediksi variabel dependen.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.