

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan penulis.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Universitas Muslim Indonesia pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, karena di Fakultas Ekonomi dan Bisnis terindikasi Mahasiswanya banyak menggunakan layanan GrabFood. Dan waktu penelitian direncanakan dari penyusunan laporan penelitian pada bulan desember 2023 dan penelitian akan dilakukan pada selama tiga bulan yaitu dari bulan Desember 2023 sampai Februari 2024.

C. Jenis dan Sumber Data

Dalam Pengumpulan data penelitian, penulis menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Penjelasan sebagai berikut:

- 1) Data primer. Merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data primer dilakukan dengan cara meminta para responden melalui penyebaran

kuisisioner kepada para pengguna GrabFood untuk mengisi kuisisioner yang dibagikan penulis.

- 2) Data sekunder. Yaitu data yang tidak langsung diperoleh peneliti dari responden, melainkan data yang diperoleh dari pihak lain seperti data yang sudah diolah oleh peneliti lain kemudian dijadikan referensi yang penulis teliti.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuisisioner. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (sugiyono, 2017)

Skala yang sering dipakai dalam penyusunan kuisisioner adalah *skala likert*, yaitu skala yang berisi lima alternatif jawaban. Dengan *skala likert*, variabel yang akan di ukur dan di jabarkan menjadi indikator variabel. Biasanya indicator-indikator ini diamati dengan menggunakan kuisisioner yang bertujuan untuk mengetahui pendapat responden tentang suatu hal (Ghozali, 2016 : 47).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan lima skala yaitu:

Tabel. 2 Interval Skor Skala Likert

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

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa FEB UMI yang menggunakan layanan Grabfood. Dengan populasi mahasiswa FEB UMI dari Angkatan 2020-2022 dengan jumlah 750 mahasiswa. Berdasarkan informasi tersebut diketahui bahwa populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 750 populasi.

2. Sampel

Sampel pada penelitian ini adalah menggunakan teknik simple random sampling. Dimana pengambilan sampel dilakukan secara acak dari setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dimasukkan sebagai sampel, sehingga dapat menghindari bias dalam penelitian sampel (Sugiyono, 2017). Metode simple random sampling dapat memberikan sampel dengan reliabilitas yang maksimum dan error dapat diminimalisir dengan menggunakan sampel yang mencukupi.

Selanjutnya penelitian menggunakan metode slovin untuk menentukan jumlah sampel dengan error 10%.

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = *Margin of error* yang merupakan besaran kesalahan yang diharapkan atau ditetapkan

Maka, jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Diketahui:

$N = 1.037$

$E = 10\%$

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{750}{1 + 750 (0,1)^2}$$

$n = 88,2352941176$ dibulatkan menjadi 100 sampel

Berdasarkan perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa sampel yang diambil adalah sebanyak 100 sampel. Sampel ini menggunakan pertimbangan sendiri dalam memilih populasi yang dianggap sesuai dan diyakini dapat memberikan informasi yang akurat. Kriteria tersebut adalah Mahasiswa FEB UMI yang menggunakan layanan GrabFood.

F. Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah serangkaian Teknik dan prosedur yang digunakan untuk mengurai, menginterpretasi, dan memahami data yang dikumpulkan.

Adapun metode analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Suatu analisis yang menguraikan tanggapan konsumen mengenai pengaruh brand image dan kepercayaan konsumen terhadap penggunaan layanan grabfood dengan menyebar kuesioner kepada pengguna layanan tersebut yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

2. Uji Instrumen Penelitian

a) Uji Validasi

Uji validitas dilakukan untuk mengukur data yang telah diperoleh setelah penelitian, merupakan data yang valid dengan alat ukur yang digunakan.

Kriteria pengujian validitas kuesioner sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikasi $< 0,1$ maka pertanyaan dikatakan valid.
- 2) Jika nilai signifikasi $> 0,1$ maka pertanyaan dikatakan tidak valid.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat alat ukur yang digunakan untuk menunjukkan akurasi dan konsistensi pengukuran. Skala pengukuran reliable memiliki Cronbach Alpha $> 0,80$ atau nilai Cronbach Alpa $> 0,60$ (Sugiyono, 2017).

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi datanya terdistribusi normal atau tidak, model regresi yang baik jika distribusi datanya mengikuti distribusi normal atau mendekati normal, caranya adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas. Cara mendeteksinya adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Pada umumnya jika VIF lebih besar dari lima maka, variabel bebas tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel beban lainnya

c) Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas berarti varian variabel independent adalah konstan atau sama untuk setiap nilai tertentu variabel independen (homokedastisitas). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas diuji dengan menggunakan kurva scatterplot nilai residual variabel dependen. Pengambilan kesimpulan diketahui dari memperlihatkan sebaran plot data (Ghozali, 2018)

4. Uji Hipotesis

a) Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini menggunakan model regresi linear sederhana karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persamaan yang menggambarkan hubungan suatu variabel bebas (X) dengan satu variabel tidak bebas (Y). Adapun model regresi sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan penggunaan layanan

a = Konstanta

b = Koefisien

X₁ = Brand Image

X₂ = Kepercayaan konsumen

e = Variabel pengganggu

b) Uji T (Parsial)

Uji T dilakukan untuk menunjukkan pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi < 0.1 maka hipotesis diterima yang berarti ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai signifikansi > 0.1 maka hipotesis ditolak karena tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

c) Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dengan satu. Nilai R^2 yang mendekati 0 mengindikasikan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Sebaliknya jika nilai R^2 mendekati 1 maka bisa dibilang bahwa variabel-variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dengan baik.

G. Definisi Operasional dan Pengukurannya

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variable dengan cara di berikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasi kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstrak variabel tersebut (Nuralimah, 2018). Adapun definisi operasional dari penelitian ini antara lain :

1. *Brand Image* (X1)

Brand image adalah kesan konsumen dan kecenderungan pilihan konsumen terhadap suatu merek yang secara keseluruhan konsumen meyakini menurut sudut pandang yang melekat dalam ingatan konsumen.

2. Kepercayaan Konsumen (X2)

Kepercayaan Konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang di buat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya.

3. Keputusan Penggunaan Layanan GrabFood (Y)

Keputusan penggunaan adalah tahap pemikiran individu Dimana mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan membeli pada suatu produk dan jasa dari sekian banyak pilihan.

Tabel 3. Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Skala
<i>Brand Image</i> (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identitas merek 2. Personalitas merek 3. Asosiasi merek 4. Sikap dan perilaku merek 5. Manfaat dan Keunggulan merek 	Likert
Kepercayaan Konsumen (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsisten dalam kualitas 2. Mengerti keinginan Konsumen 3. Komposisi informasi dengan kualitas produk 4. kepercayaan konsumen 5. Produk yang dapat diandalkan 	Likert
Keputusan Penggunaan GrabFood (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Waktu pembayaran 4. Metode pembayaran 	Likert