

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian *exploratory* dengan menggunakan metode kuantitatif. Jenis penelitian *exploratory* yaitu jenis penelitian dengan cara mengeksplor obyek yang diteliti dan metode kuantitatif yaitu metode penelitian dengan data yang sudah siap untuk dirumuskan dan diolah, dan didalam penelitian kuantitatif terdapat permasalahan, tujuan penelitian dan kerangka pemikiran (Setiadi N. , 2013, hal. 366).

Data primer dalam penelitian ini diperoleh menggunakan penyebaran kuisisioner. Dalam penelitian ini populasi respondennya adalah masyarakat yang berdomisili di wilayah Kecamatan Jombang dan populasi targetnya adalah masyarakat Kecamatan Jombang yang menggunakan aplikasi *GrabFood* yang jumlahnya tidak diketahui, dengan sampel menggunakan rumus oleh Lemeshow, *et.al*, (2014) dengan hasil 100 responden. Dikarenakan jumlah populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti, sehingga dalam penentuan sampel pada penelitian ini dilakukan secara *non probability sampling*, yakni dengan teknik *accidental sampling*.

Teknik analisis data di dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor, yaitu merupakan teknik untuk mengetahui faktor-faktor yang mampu menjelaskan item atau variabel yang diteliti (Santoso dan Tjiptono, 2004 : 248). Adapun hasil dari analisis ini akan diukur dengan teknik analisis faktor dalam Program SPSS.

3.2. Lokasi, Subyek dan Obyek Penelitian

3.2.1. Lokasi penelitian

Lokasi adalah tempat atau daerah yang hendak dijadikan sasaran penelitian (Hardiyanto, 2019). Lokasi dalam penelitian ini adalah wilayah Kecamatan Jombang.

3.2.2. Subyek Penelitian

Menurut Sugiyono (2011) subyek penelitian adalah orang atau tempat yang melekat dengan variabel, di mana peneliti dapat memperoleh data. Ferdinand (2014): 171) menjelaskan bahwa subyek adalah anggota sampel. Subyek yang dijadikan penelitian adalah konsumen yang berdomisili di wilayah Kecamatan Jombang dan menggunakan aplikasi *GrabFood*.

3.2.3. Obyek Penelitian

Sugiyono (2011) menjelaskan bahwa obyek penelitian adalah masalah yang sedang diteliti lalu ditarik kesimpulannya. Obyek dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam menggunakan aplikasi *GrabFood* di Kecamatan Jombang.

3.3. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini hanya melibatkan variabel bebas.

3.3.1. Variabel Independen (X)

Variabel *Independent* (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel *dependent* (variabel

terikat) (Sugiyono, 2011). Adapun identifikasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Lebih hemat waktu (X1)

Yaitu pengguna *GrabFood* tidak perlu meluangkan waktu khusus untuk melakukan perjalanan secara langsung ke penjual makanan ketika memesan makanan melalui menu aplikasi *GrabFood*.

2. Lebih hemat tenaga (X2)

Yaitu pengguna *GrabFood* tidak perlu mengeluarkan tenaga lebih untuk melakukan pembelian makanan melalui menu aplikasi *GrabFood*.

3. Lebih hemat biaya (X3)

Yaitu pengguna *GrabFood* dapat menghemat biaya transportasi.

4. Lebih praktis (X4)

Yaitu pengguna *GrabFood* cukup memesan makanan melalui aplikasi *GrabFood* tanpa harus ke penjual.

5. Pengantaran cepat dari kurir *GrabFood* (X5)

Yaitu pengantaran pesanan makanan oleh kurir sesuai dengan durasi yang telah disepakati antara kurir dan pengguna *GrabFood*.

6. Mendapatkan informasi menu variasi makanan secara mudah (X6)

Yaitu pengguna *GrabFood* dapat melihat dan membandingkan variasi menu makanan secara mudah pada aplikasi *GrabFood*.

7. Membandingkan varian harga (X7)

Yaitu pengguna *GrabFood* dapat melihat dan membandingkan harga secara mudah pada aplikasi *GrabFood*.

8. Melihat iklan di *facebook* (X8)

Yaitu pengguna *GrabFood* melakukan pembelian karena memperoleh referensinya setelah melihat iklan *GrabFood* di *facebook*.

9. Saran dari keluarga (X9)

Yaitu pengguna *GrabFood* melakukan pembelian karena memperoleh referensinya dari keluarga.

10. Saran dari teman (X10)

Yaitu pengguna *GrabFood* melakukan pembelian karena memperoleh referensinya dari teman.

11. Saran dari rekan kerja (X11)

Yaitu pengguna *GrabFood* melakukan pembelian karena memperoleh referensinya dari rekan kerja.

12. Adanya OVO sebagai pembayaran (X12)

Yaitu pengguna *GrabFood* menyukai metode pembayaran dengan memakai OVO karena tidak perlu ribet mengeluarkan uang tunai.

13. Banyak promo antar gratis pada *GrabFood* (X13)

Yaitu banyak promo antar gratis yang dilakukan oleh *GrabFood* setiap akhir pekan.

14. Banyak promo diskon paket makanan (X14)

Yaitu banyak promo diskon paket makanan yang dilakukan oleh *GrabFood* setiap hari

15. Dapat memanfaatkan waktu istirahat (X15)

Yaitu pengguna *GrabFood* dapat memanfaatkan waktu istirahat sambil melakukan pembelian

16. Keterbatasan waktu istirahat kerja (X16)

Yaitu pengguna *GrabFood* dapat memaksimalkan waktu istirahat kerja mereka yang singkat

17. Tetap dapat melakukan pekerjaan kantor (X17)

Yaitu pengguna *GrabFood* tetap dapat melakukan pekerjaan kantor sambil melakukan pembelian

18. Tidak perlu mengantri (X18)

Yaitu pengguna *GrabFood* dapat melakukan pembelian tanpa harus mengantri

Tabel 3. 1. Instrumen Penelitian

Faktor	Item Pernyataan
Lebih hemat waktu	1. Konsumen tidak perlu meluangkan waktu khusus untuk melakukan perjalanan secara langsung ke penjual makanan
Lebih hemat tenaga	2. Konsumen tidak perlu mengeluarkan tenaga lebih untuk melakukan pembelian
Lebih hemat biaya	3. Konsumen dapat menghemat biaya transportasi
Lebih praktis	4. Konsumen cukup memesan makanan melalui aplikasi <i>GrabFood</i> tanpa harus ke penjual
Pengantaran cepat dari kurir <i>GrabFood</i>	5. Pengantaran pesanan makanan oleh kurir sesuai dengan durasi yang telah disepakati antara kurir dan konsumen <i>GrabFood</i>
Mendapatkan informasi menu variasi makanan secara mudah	6. Konsumen dapat melihat dan membandingkan variasi menu makanan secara mudah pada aplikasi <i>GrabFood</i>
Membandingkan varian harga	7. Konsumen dapat melihat dan membandingkan harga secara mudah pada aplikasi <i>GrabFood</i>
Melihat iklan di <i>facebook</i>	8. Konsumen melakukan pembelian karena memperoleh referensinya setelah melihat iklan <i>GrabFood</i> di <i>facebook</i>

Faktor	Item Pernyataan
Saran dari keluarga	9. Konsumen melakukan pembelian karena memperoleh referensinya dari keluarga
Saran dari teman	10. Konsumen melakukan pembelian karena memperoleh referensinya dari teman
Saran dari rekan kerja	11. Konsumen melakukan pembelian karena memperoleh referensinya dari rekan kerja
Adanya OVO sebagai pembayaran	12. Konsumen menyukai metode pembayaran dengan memakai OVO karena tidak perlu ribet mengeluarkan uang tunai
Banyak promo antar gratis pada <i>GrabFood</i>	13. Banyak promo antar gratis yang dilakukan oleh <i>GrabFood</i> setiap akhir pekan
Banyak promo diskon paket makanan	14. Banyak promo diskon paket makanan yang dilakukan oleh <i>GrabFood</i> setiap hari
Dapat memanfaatkan waktu istirahat	15. Konsumen dapat memanfaatkan waktu istirahat sambil melakukan pembelian
Keterbatasan waktu istirahat kerja	16. Konsumen dapat memaksimalkan waktu istirahat kerja mereka yang singkat
Tetap dapat melakukan pekerjaan kantor	17. Konsumen tetap dapat melakukan pekerjaan kantor sambil melakukan pembelian
Tidak perlu mengantri	18. Konsumen dapat melakukan pembelian tanpa harus mengantri

3.4. Pengukuran variabel

Pengukuran angket dengan menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2013): 93) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

1. Jawaban sangat setuju diberi skor 5.
2. Jawaban setuju diberi skor 4.
3. Jawaban netral diberi skor 3.
4. Jawaban tidak setuju diberi skor 2.

5. Jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1

3.5. Populasi dan Sampel

3.5.1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di wilayah Kecamatan Jombang dan populasi targetnya adalah masyarakat Kecamatan Jombang yang menggunakan aplikasi *GrabFood* yang jumlahnya tidak diketahui.

3.5.2. Sampel

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui. Berikut rumus yang dikemukakan oleh Lemeshow, *et.al*, (2014) :

$$n = \frac{Z^2 1 - \frac{\alpha}{2} P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi = 0,5

d = Alpha (0,10) atau sampling eror 10%

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{Z^2 1 - \frac{\alpha}{2} P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,1^2}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang dihasilkan adalah $96,04 = 96$ orang, maka jumlah responden yang dihasilkan adalah 96 orang tetapi dalam penelitian ini peneliti menambah 4 responden lagi sebagai responden cadangan, sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang – kurangnya sejumlah 100 orang.

3.5.3. Teknik Pengambilan Sampel

Dikarenakan jumlah populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti, sehingga dalam penentuan sampel dipenelitian ini dilakukan secara *non probability sampling*, yakni dengan teknik *accidental sampling* yaitu, metode sampel dengan cara mengumpulkan data melalui siapa saja yang ditemui oleh peneliti di lokasi penelitian yang pernah menggunakan aplikasi *GrabFood*.

3.6. Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data

3.6.1. Sumber Data

3.6.1.1. Data Primer

Dalam penelitian ini data primer adalah data yang diperoleh melalui angket yang dibagikan kepada responden pada pengguna Aplikasi *GrabFood*.

3.6.1.2. Data Sekunder

Sedangkan untuk data sekunder yang terdapat dipenelitian ini merupakan data yang diambil dari buku, internet, jurnal ilmiah, laporan penelitian, skripsi tesis, dan media massa.

3.6.2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan dua data yang terdiri dari data primer dan data sekunder. Adapun data primer dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner penelitian dan data sekunder dalam penelitian ini adalah dengan melihat buku, *website*, skripsi atau jurnal penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Setelah data terkumpul dan tersusun maka harus dilakukan pengukuran.

3.7. Uji Intrumen Penelitian

3.7.1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2006) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat menggunakan rumus *Pearson Product Moment*.

Rumus :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r = korelasi
- x = variabel independen
- y = variabel dependen

Perhitungan rumus tersebut menggunakan bantuan SPSS versi 22.0.

Adapun dasar pengambilan keputusan suatu item valid atau tidak valid menurut Sugiyono (2017), dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total bila korelasi r diatas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid. Untuk uji coba angket digunakan 30 responden.

Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas

No item	r hitung	r kritis	Keterangan
1	0,645	0,3	valid
2	0,636	0,3	valid
3	0,874	0,3	valid
4	0,911	0,3	valid
5	0,810	0,3	valid
6	0,874	0,3	valid
7	0,911	0,3	valid
8	0,810	0,3	valid
9	0,874	0,3	valid
10	0,874	0,3	valid
11	0,411	0,3	valid
12	0,636	0,3	valid
13	0,911	0,3	valid
14	0,810	0,3	valid
15	0,874	0,3	valid
16	0,810	0,3	valid
17	0,874	0,3	valid
18	0,911	0,3	valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel 3.3 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan

menunjukkan bahwa r hitung $> 0,3$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid

3.7.2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2006) Reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Uji ini dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan alat ukur yang sama. Hasilnya ditunjukkan oleh sebuah indeks yang menunjukkan seberapa jauh suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji ini diterapkan untuk mengetahui responden telah menjawab pertanyaan-pertanyaan secara konsisten atau tidak, sehingga kesungguhan jawabannya dapat dipercaya. Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini digunakan formula *Cronbach Alpha*. Dengan rumus:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum a_b^2}{a_1^2} \right]$$

Di mana:

r_{11} = reliabilitas instrumen

K = banyaknya butir pertanyaan

$\sum a_b^2$ = varian total

a_1^2 = jumlah varian item

Dalam hal ini apabila nilai koefisien $\alpha > 0,6$, maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut reliabel. Jika apabila nilai koefisien $\alpha < 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut tidak reliabel. Proses pengujian dilakukan sebelum penelitian sebenarnya dilakukan. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai alpha sebesar 0,968 yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur

3.8. Teknik Analisis Data

3.8.1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017) metode deskriptif adalah metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisa deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir pernyataan dalam angket, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut :

$$\frac{\text{Nilai Skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$
$$= \frac{5 - 1}{5}$$

= 0,8

Rentan interval skor yaitu 0,8, artinya kriteria kategori jawaban responden dengan rentan nilai 0,8 maka ditentukan skala intervalnya dengan cara sebagai berikut:

- 1) 1,0 – 1,8 = Rendah sekali
 - 2) >1,8-2,6 = rendah
 - 3) >2,6 -3,4 = Cukup
 - 4) >3,4 – 4,2 = Tinggi
 - 5) >4,2 - 5,0 = Sangat Tinggi
- Sumber : (Sudjana, 2009)

3.8.2. Analisis Faktor

Analisis faktor adalah sebuah teknik statistik yang digunakan untuk menentukan beberapa dimensi yang mendasari sekumpulan variabel yang saling berkaitan. Tujuan umum dari analisis faktor adalah untuk meringkas kandungan isi informasi variabel dalam jumlah yang besar menjadi jumlah yang lebih kecil. Analisis faktor dimulai dari menyusun kelompok variabel baru berdasarkan hubungan sebagaimana ditunjukkan matrik korelasi (Ghozali, 2013). Adapun hasil dari analisis ini akan diukur dengan teknik analisis faktor dalam Program SPSS.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor, yakni suatu analisis yang dapat menyederhanakan faktor yang beragam dan kompleks pada variabel yang diamati dengan menyatukan faktor atau dimensi yang saling berhubungan atau mempunyai korelasi pada suatu struktur data yang baru yang mempunyai faktor lebih kecil. Manfaat dari analisis faktor adalah melakukan

peringkasan variabel berdasarkan tingkat keeratan hubungan antara variabel, sehingga akan diperoleh faktor- faktor dominan yang berpengaruh terhadap variabel lainnya. Lebih lanjut Ghozali menjelaskan bahwa asumsi analisis faktor menghendaki bahwa matrik data harus memiliki korelasi yang cukup agar dapat dilakukan analisis faktor. Jika berdasarkan data visual tidak ada nilai korelasi yang di atas 0.30, maka analisis faktor tidak dapat dilakukan (Ghozali, 2013). Proses utama analisis faktor meliputi hal-hal berikut :

1. Menentukan faktor apa saja yang akan dianalisis
2. Barlett Test of Sphericity yaitu suatu uji statistik yang dipergunakan untuk menguji hipotesis bahwa variabel tidak saling berkorelasi (uncorrelated) dalam populasi. Dengan perkataan lain matrix korelasi populasi merupakan matriks identitas (identity matrix), dimana setiap variabel berkorelasi dengan dirinya sendiri secara sempurna dengan $r= 1$ akan tetapi sama sekali tidak berkorelasi dengan lainnya $r= 0$, jadi elemen pada diagonal utama matrix semua nilainya 1, sedangkan di luar diagonal utama nilainya nol ($= 1$ kalau $i = j$ dan $= 0$ kalau $i \neq j$)
3. Uji *Kaiser-Mayer-Olkin* (KMO) untuk mengetahui kecukupan sampel atau pengukuran kelayakan sampel. Uji KMO dan *Barrlett Test* memiliki beberapa ketentuan, yaitu angka KMO (*Kaiser-Mayer-Olkin*) haruslah berada di atas 0.5 dan signifikansi harus berada di bawah 0.005

$$KMO = \frac{\sum \sum r_{ij}^2}{\sum \sum r_{ij}^2 + \sum \sum r_{ij}^2} \text{ untuk } i \neq j$$

Keterangan :

- a) r_{ij}^2 = koefisien korelasi antara variabel i dan variabel j
- b) α_{ij}^2 = koefisien korelasi parsial antara variabel i dan variabel j
- c) Harga KMO ini merupakan indeks untuk membandingkan besarnya koefisien korelasi dengan besarnya koefisien korelasi parsial, skala nilai antara lain :

(1) $KMO \leq 0,9$ = Menyatakan sangat memuaskan

(2) $0,8 \leq KMO < 0,9$ = Menyatakan sangat baik

(3) $0,7 \leq KMO < 0,8$ = Menyatakan baik

(4) $0,6 \leq KMO < 0,7$ = Menyatakan cukup memuaskan

(5) $0,5 \leq KMO < 0,6$ = Menyatakan jelek

(6) $KMO \leq 0,5$ = Menyatakan ditolak

4. Uji MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) yaitu untuk mengukur kecukupan sampling untuk tiap variabel individual. Ketentuan apabila $MSA = 1,0$ variabel tersebut dapat diprediksikan tanpa kesalahan oleh variabel lain, $MSA > 0,5$ variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut dan apabila $MSA < 0,5$ variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut atau harus dikeluarkan. MSA merupakan indeks untuk mengukur kecukupan sampling untuk setiap variabel individual.

$$MSA = \frac{\sum r_{ij}^2}{\sum r_{ij}^2 + \sum a_{ij}^2}$$

Angka MSA diinterpretasikan dengan kriteria :

- a) $MSA = 1,0$ = variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain.

- b) $MSA > 0,5$ = variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
 - c) $MSA \leq 0,5$ = variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut atau harus dikeluarkan
5. Setelah sejumlah variabel yang memenuhi syarat didapat, kegiatan berlanjut ke proses inti pada analisis faktor, yakni *factoring*, proses ini akan mengekstrak satu atau lebih faktor dari variabel-variabel yang telah lolos pada uji variabel sebelumnya.
6. Melakukan proses *factor rotation* atau rotasi terhadap faktor yang telah terbentuk. Beberapa metode rotasi :
- a) Rotasi Orthogonal yaitu memutar sumbu 90 derajat. Proses rotasi orthogonal dibedakan lagi menjadi Quartimax, Varimax, dan Equamax.
 - b) Rotasi Oblique yaitu memutar sumbu kekanan, tetapi tidak harus 90 derajat. Proses rotasi oblique dibedakan lagi menjadi Oblimin, Promen, dan Orthoblique. Pemilihan metode rotasi didasarkan pada kebutuhan khusus masalah penelitian, karena tujuan penelitian ini adalah mengurangi jumlah variabel asli (awal) maka digunakan rotasi orthogonal yaitu varimax.
7. Interpretasi faktor Interpretasi faktor dilakukan dengan cara mengelompokkan variabel yang mempunyai factor loading yang tinggi ke dalam faktor tersebut.