

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian dapat dikelompokkan dalam berbagai kategori berdasarkan tujuan, metode yang diterapkan, tingkat pencarian, serta jenis analisis data yang diperlukan. Dengan mengenali berbagai jenis penelitian tersebut, diharapkan para peneliti bisa memilih metode yang paling tepat dan mampu memberikan hal yang ingin diperoleh untuk menyelesaikan suatu fenomena. Menurut Syofian Siregar (2017:7), terdapat beberapa jenis penelitian yang dikategorikan sebagai berikut:

1. Kualitatif (data dalam bentuk kalimat)  
Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang mengandalkan data kualitatif yang tidak terukur dalam bentuk angka, melainkan berupa pertanyaan atau kalimat.
2. Kuantitatif (data dalam bentuk angka)  
Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang berlandaskan data kuantitatif yang dapat terukur dalam bentuk angka.
3. Gabungan (kombinasi kalimat dan angka)  
Penelitian gabungan yaitu penelitian yang memanfaatkan kedua tipe data, baik kualitatif maupun kuantitatif.

Dari penjabaran tersebut, peneliti menarik kesimpulan bahwa jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yang bersifat kuantitatif. Peneliti memilih metode tersebut dikarenakan dalam pengumpulan dan pengolahan datanya akan menggunakan data yang berupa angka-angka. Metode ini juga membantu peneliti dalam menganalisis dan mengukur hubungan antar variabel dengan menggunakan pendekatan statistik

#### **3.2. Variabel Penelitian**

Variabel merupakan pilihan yang menjadi acuan dalam pengamatan penelitian, atau apa yang menarik perhatian dalam penelitian, dan selanjutnya akan digunakan sebagai objek untuk menetapkan tujuan penelitian. Variabel berfungsi sebagai elemen yang berkontribusi dalam penelitian atau fenomena yang sedang dikaji. Agar penelitian dapat

dimulai dan diakhiri dengan hal yang konkret, maka penelitian tersebut disusun dalam bentuk variabel.

Variabel dalam sebuah penelitian pada dasarnya merujuk pada objek yang menjadi fokus penelitian dengan maksud dapat memperoleh informasi terkait hal tersebut dan kemudian dibuat kesimpulan. Banyak definisi variabel yang telah diungkapkan oleh para ahli, namun tidak sedikit di antara definisi tersebut yang tidak mampu menjelaskan dengan cara yang mudah dimengerti oleh peneliti yang masih baru dalam memahami konsep variabel.

1. Variabel dependen

Variabel dependen dikenal sebagai variabel terikat, endogen, atau akibat. Ini merupakan variabel yang berfokus penelitian dan perhatian utama para peneliti dalam sebuah studi. Esensi dari suatu isu dan tujuan dalam penelitian tercermin dalam variabel dependen yang diadopsi. Variabel dependen adalah permasalahan yang akan diatasi oleh peneliti atau tujuan dari studi tersebut. Sebuah penelitian bisa memiliki satu atau lebih variabel dependen sesuai dengan target yang akan dicapai. Tema penelitian biasanya menyoroti penempatan variabel sebagai variabel bebas, karena variabel bebas merupakan fenomena yang akan dijelaskan.

2. Variabel independen

Variabel ini merupakan faktor-faktor yang berdampak pada variabel terikat, baik dengan dampak yang menguntungkan maupun yang merugikan. Variabel bebas akan memberikan penjelasan tentang bagaimana isu dalam penelitian diselesaikan. Ini juga dikenal sebagai variabel *predictor*, *eksogen*, atau bebas.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan variabel penelitian sebagai berikut:

1. Variabel bebas (X1) dalam penelitian adalah atribut.

Dimana indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, fitur produk, pemberian merek, kemasan produk, label produk, gaya dan desain produk.

2. Variabel bebas (X2) dalam penelitian adalah *brand awareness*.  
indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *recall*, *recognition*, *purchase*, dan *consumption*.
3. Variabel terikat (Y) dalam penelitian adalah keputusan penggunaan.  
Dimana indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan tempat, jumlah pembelian atau pengguna dan metode pembayaran.

**Tabel 3.1 Tabel variabel dan indikator penelitian**

| Variabel                    | Indikator                                                                                                                                                                                  | Skala Pengukuran                                                                                                              |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Atribut (X1)                | 1. Kualitas jasa<br>2. Fitur produk<br>3. Pemberian merek<br>4. Kemasan produk<br>5. Label<br>6. Gaya dan desain<br>(Kotler dan Amstrong) dalam<br>(Fuatqi & Pertiwi, 2023,55)             | Skala <i>Likert</i> :<br>1. Sangat setuju 5<br>2. Setuju 4<br>3. Ragu-ragu 3<br>4. Tidak setuju 2<br>5. Sangat tidak setuju 1 |
| <i>Brand awareness</i> (X2) | 1. <i>Recall</i><br>2. <i>Recognition</i><br>3. <i>Purchase</i><br>4. <i>Consumption</i><br>(Kotler dan Amstrong (2012))<br>(Firmansyah 2019:39).                                          | 1. Sangat setuju 5<br>2. Setuju 4<br>3. Ragu-ragu 3<br>4. Tidak setuju 2<br>5. Sangat tidak setuju 1                          |
| Keputusan penggunaan (Y)    | 1. Pemilihan produk<br>2. Pemilihan merek<br>3. Waktu pengguna<br>4. Jumlah pengguna<br>5. Metode pembayaran<br>(Kotler dan Keller 2016)<br>dalam(Wardani, Djaelani, dan Rahman 2020:609). | 1. Sangat setuju 5<br>2. Setuju 4<br>3. Ragu-ragu 3<br>4. Tidak setuju 2<br>5. Sangat tidak setuju 1                          |

### 3.3. Definisi Operasional Penelitian

Definisi operasional dari penelitian merujuk pada penjelasan yang jelas dan rinci mengenai variabel-variabel yang akan dianalisis, yang nantinya akan diukur atau dijelaskan dalam penerapannya. Ini juga dapat

diartikan sebagai pengertian terhadap variabel-variabel yang akan diteliti secara praktis di lapangan.

Berikut adalah uraian singkat tentang definisi operasional dari setiap variabel yang akan dianalisis:

a. Atribut (X1)

Atribut maksudnya dalam penelitian ini adalah mengukur persepsi pembeli terhadap tingkat kesadaran mereka terhadap merek Maxim serta bagaimana konsumen membandingkan merek dengan produk yang sama yang ditawarkan di pasar. Atribut merupakan elemen yang akan mendukung pengembangan dan membedakan suatu layanan sehingga memberikan nilai lebih dan manfaat yang signifikan serta sebagai bahan pertimbangan dalam keputusan pembelian atau keputusan penggunaan jasa. Indikator yang digunakan adalah: kualitas jasa, fitur produk, pemberian merek, kemasan produk, label, gaya dan desain.

b. *Brand awareness* (X2)

*Brand awareness* dalam penelitian ini diartikan sebagai bagaimana Maxim meningkatkan *brand awareness* akan merek jasa yang akan ditawarkan sehingga konsumen mampu mengenali dan mengingat kembali bahwa sebuah merek termasuk dalam kategori merek tertentu. *Brand awareness* merupakan kesanggupan *brand* yang terlintas dalam pikiran pelanggan saat merenungkan tentang produk atau layanan spesifik serta seberapa cepat produk tersebut dapat diakses. Indikator yang digunakan adalah: *recall* (mengingat), *recognition* (pengakuan), *purchase* (pembelian), dan *consumption* (konsumsi).

c. Keputusan penggunaan (Y)

Dalam penelitian ini keputusan penggunaan merujuk pada bagaimana proses konsumen dalam memutuskan menggunakan jasa berdasarkan informasi mengenai sebuah pilihan yang relevan dan sesuai bagi mereka. Keputusan penggunaan adalah perilaku konsumen akibat pengaruh pengetahuan dan pernyataan yang didapatkan dari berbagai sumber. Indikator dalam penelitian ini yaitu: pemilihan produk, pemilihan merek,

waktu pengguna atau pemilihan tempat, jumlah pengguna dan metode pembayaran.

Untuk definisi yang dianalisis dalam studi ini yaitu variabel atribut sebagai variabel bebas (X1), *brand awareness* sebagai variabel bebas (X2) dan keputusan penggunaan sebagai variabel terikat (Y).

### **3.4. Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1. Populasi**

Populasi adalah sekumpulan entitas yang menjadi fokus penelitian, meliputi individu, benda, hewan, tumbuhan, peristiwa, hasil ujian, atau kejadian yang berperan sebagai data dengan ciri khas tertentu dalam suatu penelitian. (Margono,2004).(Hardani et al., 2020, hlm. 361).

Untuk saat ini peneliti berpatokan pada jumlah pengguna jasa Maxim dari bulan Desember tahun 2024- bulan Maret 2025 sebanyak 3.856 orang. Berdasarkan data pengguna Maxim tersebut hal ini dapat diartikan bahwa terdapat 3.856 orang pengguna Maxim transportasi *online* di Kota Gunungsitoli. Oleh sebab itu peneliti menjadikan jumlah pengguna Maxim sebagai populasi.

#### **3.4.2. Sampel**

Sebuah sampel adalah segmen dari populasi yang diambil dengan metode pemilihan sampling (Husain dan Purnomo, 2001). Di dalam konteks ini, sampel harus dapat menggambarkan kondisi populasi, yang berarti bahwa kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian terhadap sampel harus akurat mencerminkan populasi.(Hardani et al., 2020;362)

Rumus Slovin bermanfaat untuk populasi yang telah ditentukan dengan jelas. Rumus Slovin ini di gunakan dalam studi yang melibatkan jumlah sampel besar melalui teknik survei. Sasaran penggunaan rumus ini adalah untuk memperoleh sampel dalam jumlah yang minimal namun masih dapat mewakili keseluruhan populasi. Berikut rumus Slovin dalam penelitian ini:

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

Keterangan rumus Slovin:

n = jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

E = *margin of error* yang diinginkan (10% atau 0.1)

Jika jumlah populasi berdasarkan data penggunaan jasa Maxim transportasi *online* dari bulan Desember 2024-Maret 2025 sebanyak 3.856 orang dan *margin of error* yang digunakan 10% atau 0.1 maka ukuran sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{3.856}{1 + 3.856(0,1)^2}$$

$$= 98$$

Berdasarkan kalkulasi menggunakan rumus Slovin yang telah disebutkan, jumlah sampel yang diperlukan untuk studi ini adalah 98 responden.

### 3.5. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:102), alat penelitian merupakan “media yang diperlukan untuk mengukur peristiwa alam atau sosial yang sedang diperhatikan’. Dalam studi ini, alat yang diterapkan berupa kuesioner, di mana Sugiyono (2019:142) Menjelaskan bahwa “Kuesioner merupakan metode untuk mengumpulkan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden ”. Jadi, dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan kuesioner sebagai instrumen penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengedarkan angket kepada semua responden, yang terdiri dari lima opsi alternatif jawaban, dimana tiap opsi tersebut mempunyai bobot sebagai berikut:

Opsi A sangat setuju diberi skor = 5

Opsi B setuju diberi skor = 4

Opsi C Ragu-ragu diberi skor = 3

Opsi D tidak setuju diberi skor = 2

Opsi E sangat tidak setuju diberi skor = 1

### 3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

- a. Data primer merupakan kategori data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber yang sedang diteliti. Contohnya yaitu data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner atau angket kepada responden.
- b. Data sekunder adalah data yang tidak didapat secara langsung oleh peneliti, melainkan diambil dari sumber lain. Contohnya dari internet, media cetak, data statistik dan lain-lain.

### 3.7. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap yang sangat penting yang dikerjakan oleh seorang peneliti untuk mengidentifikasi dan mendapatkan hasil yang diinginkan dari informasi yang telah dikumpulkan.

Untuk mendapatkan pengaruh atribut dan *brand awareness* terhadap keputusan penggunaan jasa Maxim, dapat dilakukan dengan menggunakan rumus analisa regresi linear berganda yang diolah dengan program SPSS versi 23. Analisis regresi linear berganda merupakan langkah yang memungkinkan peneliti mengeksplorasi hubungan antara beberapa faktor independen dan satu variabel dependen. Dengan maksud untuk mengetahui faktor-faktor pertama yang mempengaruhi variabel dependen serta mengukur seberapa besar pengaruhnya terhadap variabel tersebut.(Assoc et al., 2024;13).

### 3.7.1. Teknik Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear merupakan metode analisis yang bertujuan untuk mengevaluasi seberapa besar dampak variabel independen terhadap variabel dependen, serta untuk mengidentifikasi hubungan di antara berbagai variabel dalam penelitian. Untuk menentukan nilai pengaruh variabel dependen (Y) terhadap variabel independen (X) digunakan persamaan sebagai berikut ini:

Regresi linear berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

k = Jumlah variabel bebas

n = Banyak sampel

### 3.7.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas bertujuan untuk memastikan kuesioner yang kita susun dapat menilai apa yang seharusnya dinilai yaitu antara data yang sebenarnya dan data yang dilaporkan oleh peneliti. Sehingga dapat diperoleh apakah variabel yang telah kita tentukan indikatornya dan telah kita rubah menjadi pertanyaan atau pernyataan yang diisi responden dapat mengukur variabel itu sendiri.(Sugiyono,2018:2). Sedangkan uji reliabilitas bertujuan untuk menguji apakah pengukuran dari jawaban responden itu dapat dipercaya atau tidak dengan menggunakan uji reliabilitas dilihat dari nilai eronbach alpha.

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan melalui bantuan aplikasi SPSS versi 23

Di mana penjelasan sebagai berikut :



1. Jika  $r_{hitung} > (lebih\ besar)\ r_{tabel}$ , maka pertanyaan dinyatakan valid.
  2. Jika  $r_{hitung} < (lebih\ kecil)\ r_{tabel}$ , maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.
- b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali dan Kuncoro (dalam Situmorang,2010) item pernyataan yang sudah valid pada uji validitas kemudian akan dilanjutkan dengan uji reliabilitas.

Salah satu metode untuk menguji reliabilitas instrumen yang diterapkan dalam studi ini yaitu penghitungan koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha*. Jika diperoleh nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,6 dapat dikatakan instrumen tersebut reliabel (Kumentas, 2013). Hal yang perlu diperhatikan adalah bahwa pengujian reliabilitas hanya bisa dilakukan dengan menggunakan item-item instrumen yang telah dinyatakan valid. (Dahlia 2024:150).

### 3.7.3. Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas

Uji Normalitas dilaksanakan dengan memanfaatkan aplikasi SPSS versi 23. Tujuan dari pemeriksaan Normalitas adalah untuk mengevaluasi apakah dalam model regresi, variabel kesalahan atau residual menunjukkan pola distribusi yang mengikuti normal. Sebagai contoh yang sudah dipahami, pengujian T dan F mengharuskan bahwa nilai residual mengikuti pola distribusi yang normal.

b. Uji multikolinearitas

Ujian multikolinearitas dilaksanakan untuk memastikan apakah dalam model regresi terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen. Jika terdeteksi adanya multikolinearitas, ini menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk variabel tersebut menjadi tidak stabil dan kesalahannya dapat meningkat tanpa batas.

c. Uji heterokedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah dalam model regresi terdapat perbedaan variance dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Sebuah model regresi yang berhasil adalah yang memiliki homoskedastisitas, di mana variance dari residual antar pengamatan bersifat konstan.

#### **3.7.4. Uji Hipotesis**

a. Uji T

Uji T merupakan sebuah teknik penilaian yang bertujuan untuk mengidentifikasi adanya perbedaan antara kelompok yang ada, di mana perbandingan dilakukan terhadap rata-rata nilai yang diperoleh sebelum dan setelah perlakuan di terapkan pada sampel. Dalam hal ini melakukan pengujian pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Uji hipotesis menggunakan uji signifikan parsial (uji t). Uji t bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial antar variabel independen terhadap variabel dependen dengan maksud bahwa variabel lain dianggap konstan.

Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel} \rightarrow$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima

Jika  $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel} \rightarrow$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Menggunakan p-value

Jika probabilitas  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Jika probabilitas  $< 0,05$ , maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak

b. Uji F

Uji hipotesis (uji F). Uji F memiliki tujuan untuk menguji dampak secara bersamaan di antara variabel independen dan variabel dependen dengan anggapan bahwa variabel lainnya dianggap tetap.

c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji ini dirancang dengan maksud menilai seberapa dekat hubungan antara variabel dalam model regresi, yang diwakili dengan koefisien determinasi yang sudah disesuaikan (adjusted  $R^2$ ). Nilai ini menunjukkan seberapa efektif variasi dari variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, dengan kata lain,

adjusted  $R^2$  mengungkapkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ini berada dalam rentang 0 hingga 1, yang artinya semakin mendekat 1, semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

### 3.8. Lokasi dan Jadwal Penelitian

#### a. Lokasi

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memilih lokasi penelitian pada Maxim Kota Gunungsitoli Jl. Yos Sudarso No.203. Maxim merupakan transportasi *online* yang pertama hadir di Kota Gunungsitoli

#### b. Jadwal penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini peneliti membuat jadwal penelitian sebagai berikut:

**Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian**

| Kegiatan                           | Bulan |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
|------------------------------------|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-----|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|
|                                    | Maret |   |   |   | April |   |   |   | Mei |   |   |   | Juni |   |   |   | Juli |   |   |   |
|                                    | 1     | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1   | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 |
| Penyusunan proposal                |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| Pengajuan Proposal                 |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| Seminar proposal                   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| Persiapan Penelitian               |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| Pengumpulan data                   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| Penulisan naskah skripsi           |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| Konsultasi kepada dosen pembimbing |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| Penyempurnaan naskah skripsi       |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| Pengajuan ujian                    |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| Ujian skripsi                      |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |

Sumber : Diolah oleh peneliti 2025.