

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausalitas. Metode kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi tertentu dengan analisis data statistik dengan tujuan pengujian hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016, p. 14). Penelitian ini menunjukkan hubungan sebab akibat antara variabel bebas, variabel terikat dan variable moderasi.

3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi kerap disebut dengan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek maupun subjek dimana memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu. Hal ini ditetapkan oleh peneliti yang kemudian dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016, p. 135). Populasi pada penelitian ini yakni pengguna *Grab Food* di Surabaya.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian kecil dari jumlah serta karakteristik yang dianggap dapat mewakili populasi (Sugiyono, 2016, p. 136). Jumlah populasi dari penelitian ini tidak diketahui. Pada penelitian ini menggunakan populasi yang tidak diketahui sehingga pengambilan sampel dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \left[\frac{Z_{\frac{\alpha}{2}}}{E} \right]^2$$
$$n = \left[\frac{1,96}{0,20} \right]^2$$
$$n = 96$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

$Z_{\frac{\alpha}{2}}$ = Nilai standart normal dengan tingkat kepercayaan $(1-\alpha)$ 95% (rumus)

E = Tingkat ketetapan yang digunakan dengan besarnya error maksimum 20% (rumus)

Dari perhitungan di atas dapat diketahui minimal sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden dan untuk memudahkan pengolahan data dapat dibulatkan menjadi 100 responden. Pengambilan sampel pada penelitian ini adalah pengambilan sampel secara tidak acak (*non random sampling*) karena menyesuaikan dengan kebutuhan dan didasarkan atas tujuan dari peneliti dapat terpenuhi. Batasan sampel responden pada penelitian ini yakni pemilik dan pengguna aplikasi *Grab Food*.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Umar (2003, p. 84), sumber data dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama dimana data individu dari pengisian kuesioner (Umar, 2003, p. 84). Data primer yang digunakan pada penelitian ini hasil oleh pengguna aplikasi *Grab Food* di Surabaya. Data sekunder pada penelitian ini merupakan data hasil olahan seperti Table, grafik, diagram, dan gambar (Umar, 2003, p. 84). Data lain seperti jurnal literatur, studi pustaka, buku, artikel, majalah dan berbagai media online sebagai referensi.

3.4 Metode dan Prosedur Pengumpulan Data

Kuesioner merupakan instrumen dan prosedur pengumpulan data oleh peneliti guna mendapatkan jawaban responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan pada responden untuk dijawab sesuai kondisi secara subjektif maupun objektif yang dialami (Sugiyono, 2016, p. 216).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Instrumen kuesioner menggunakan skala likert yang berhubungan pendapat dan penilaian responden. Skala likert merupakan alat ukur interval dengan lima tingkatan dalam penilaian skor dari angka 1-5 sebagai berikut :

1. SangatTidakSetuju (STS) = skor 1
2. TidakSetuju (TS) = skor 2
3. Netral (N) = skor 3
4. Setuju (S) = skor 4
5. SangatSetuju (SS) = skor 5

3.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.6.1 Variabel

Menurut Sugiyono (2016, p. 108), variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *sales promotion* dan *perceived food quality*. Variabel terikat adalah merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat pada peneleitian ini adalah keputusan pembelian. Variabel moderator adalah merupakan variabel yang memperkuat atau melemahkan pengaruh variable bebas terhadap variable terikat. Variabel moderator pada penelitian ini adalah *food enthusiasts*.

3.6.2 Definisi Operasional Variabel *Sales Promotion* (X1)

Sales promotion merupakan elemen kunci dari bauran pemasaran yang bertujuan untuk menginformasikan, mendorong dan mengingatkan pasar terkait produk atau jasa yang ditawarkan untuk mempengaruhi perasaan, persepsi dan keputusan pembelian konsumen (Hanaysha, 2018). Variabel *sales promotion* diukur berdasarkan tiga indikator (Hanaysha, 2018), penelitian ini menggunakan indikator dari Hanysha (2018) sebab dinilai lebih sesuai dengan objek penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Penawaran harga pada toko sering diberikan, hal ini berkaitan penawaran harga dari pihak merchant grabfood yang sering diberikan lewat aplikasi. X1.1 : Merchant grabfood kerap memberikan penawaran harga pada makanan yang dijual.
2. Promosi musiman kerap diberikan oleh toko, hal ini berkaitan promo musiman dari pihak merchant grabfood yang sering diberikan lewat aplikasi. X1.2 : Merchant grabfood kerap memberikan promosi musiman pada makanan yang dijual, sebagai contoh: Promosi diskon 50% makanan Grabfood setiap tanggal kembar (1 january, 2 februari dst).
3. Penawaran harga yang dilakukan toko dinilai menarik, hal ini berkaitan penawaran harga yang dinilai cukup menarik dari pihak merchant grabfood yang sering diberikan lewat aplikasi. X1.3 : Merchant grabfood kerap memberikan penawaran harga yang menarik pada makanan yang dijual.

3.6.3 Definisi Operasional Variabel *Perceived Food Quality* (X2)

Perceived food quality digambarkan secara singkat sebagai makanan yang disajikan dengan baik, segar dan lezat (Konuk, 2019). Indikator *perceived food quality*, yaitu menurut (Konuk, 2019):

1. *Presentation*, penyajian makanan secara visual menarik, yakni tampilan makanan yang ditampilkan pada gambar dinilai menarik minat konsumen untuk dikonsumsi. X2.1 : Tampilan makanan yang disajikan pada merchant grabfood di aplikasi menarik minat konsumen untuk dikonsumsi
2. *Variety* yakni toko menyajikan berbagai pilihan menu yang beragam. X2.2 : Merchant grabfood menawarkan berbagai pilihan menu yang beragam.
3. *Healthy options* yakni toko memberikan pilihan menu yang dinilai bergizi serta bernutrisi sesuai selera konsumen. X2.3 : Merchant grabfood menyajikan pilihan menu yang dinilai bergizi serta bernutrisi sesuai selera konsumen.
4. *Taste* yang berkaitan dengan rasa menu makanan yang dijual toko dinilai lezat dan nikmat. X2.4 : Merchant grabfood menyediakan menu makanan yang memiliki rasa lezat dan nikmat.
5. *Freshness* berkaitan bahan makanan yang digunakan dengan warna serta bau yang masih segar. X2.5 : Merchant grabfood menggunakan bahan makanan dengan warna serta bau yang masih segar.
6. *Temperature*, berkaitan dengan suhu makanan yang baik sehingga rasa, warna dan bau makanan masih baik dan terjamin. X2.6 : Merchant grabfood menyediakan makanan dalam kondisi suhu makanan yang baik sehingga rasa, warna dan bau makanan masih baik dan terjamin.

3.6.4 Definisi Operasional Variabel *Food Enthusiasts* (Z)

Menurut Anderson et al, (2011) *food enthusiasts* menggambarkan sikap konsumen, norma, nilai, aspirasi, dan pengembangan perilaku pembelian dipengaruhi oleh pengaruh interpersonal. Pertimbangan kondisi praktis meninjau variabel *food enthusiasts* sebagai variable moderator maka dimensi yang digunakan berdasarkan nilai *factor loading* dua terbesar. Menurut Moreo et al., (2020) diketahui bahwa dimensi *food enthusiasts* dengan nilai *factor loading* dua terbesar, yaitu food immersion dan food novelty seeking, peneliti menggunakan masing – masing satu indicator untuk setiap dimensi berturut – turut: saya suka mencari informasi tentang berbagai hal terkait makanan dan saya suka mencoba menu baru atau makanan yang belum pernah saya nikmati.

3.6.5 Definisi Operasional Variabel Perilaku Pasca Pembelian (Y)

Purchase decision didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat keputusan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Schiffman & Kanuk, 2007). Menurut Kotler (2016) indikator pengukuran keputusan pembelian terkait *post purchase behavior* yakni:

1. Y1 : Saya akan membeli kembali makanan pada merchant grabfood tersebut.
2. Y2 : Saya merekomendasikan makanan pada merchant grabfood tersebut pada pihak lain seperti rekan, teman maupun keluarga.
3. Y3 : Saya berencana mencoba menu makanan baru pada merchant grabfood tersebut

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan sebagai analisis statistik yang memberikan informasi dan gambaran secara umum mengenai karakteristik dari masing-masing variabel penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata (mean) dan standar deviasi (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini akan dicari mean dari semua variabel yang ada untuk menentukan klasifikasi penilaian terhadap variabel-variabel penelitian tersebut. Mean (\bar{x}) : Mean digunakan untuk mencari nilai rata-rata dari skor total keseluruhan jawaban yang diberikan oleh responden, yang tersusun dalam distribusi data. Klarifikasi penilaian pada variabel penelitian setelah mengetahui rata-rata yang di dapat: 1 : sangat tidak setuju, 2 : tidak setuju, 3 : netral, 4 : setuju, dan 5 : sangat setuju. Standar deviasi (s) : Standar deviasi digunakan untuk melakukan pengukuran penyebaran data relative dalam suatu sampel dari nilai mean.

3.7.2 Validitas dan Reliabilitas Data

Validitas merupakan dua bagian yaitu bahwa instrumen pengukuran adalah mengukur secara aktual konsep dalam pertanyaan dan bukan beberapa konsep yang lain, serta bahwa konsep dapat diukur secara akurat. Kaidah yang digunakan untuk kriteria

Item yang dianggap baik menggunakan batasan $r_{table} > r_{hitung}$. Semua aitem yang mencapai batasan $r_{table} > r_{hitung}$ maka aitem tersebut dapat dianggap memuaskan. Sedangkan aitem yang memiliki $r_{table} < r_{hitung}$ maka aitem tersebut memiliki daya beda yang rendah (Ghozali, 2015).

Reliabilitas adalah derajat sejauh mana ukuran menciptakan respon yang sama sepanjang waktu dan lintas situasi. Suatu alat ukur dikatakan reliabel jika hasil pengukuran dari alat ukur tersebut stabil dan konsisten. Uji reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan uji statistik *cronbach's alpha* (α) dengan ketentuan bahwa variabel yang diteliti dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* (α) adalah di atas 0,6 (Ghozali,2015).

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model telah memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai

berikut menurut (Ghozali,2015). Pertama, uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah sebuah data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dinyatakan normal apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Uji yang dilakukan untuk melihat normalitas adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Uji multikolinieritas untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi variabel dependen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut 1) mempunyai angka *tolerance* diatas (> 0,1; 2) mempunyai nilai VIF di bawah (<) 10. Uji heterokedastisitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Penelitian ini membahas terkait mean centering pada variabel sales promotion, perceived food quality, food enthusiast dan keputusan pembelian untuk menghindari multikolinieritas antar variabel independen. Kemudian peneliti melakukan bootstrapping untuk mereduksi bias non-normal dan heterokedastisitas (Anuraga & Arieska, 2016).

3.7.4 Analisis Regresi Berganda

Peneliti menggunakan regresi linear berganda untuk menguji hipotesis penelitian ini. Regresi linear berganda adalah model regresi dimana melibatkan lebih dari satu variabel independen atau faktor predictor untuk mengetahui keadaan variabel dependen. Terdapat enam model metode stepwise. Metode stepwise adalah cara memasukkan predictor secara bertahap (Sugiyono, 2016). Notasi sederhana untuk analisis regresi adalah sebagai berikut:

$$Y_i = \beta_1 X_i + \epsilon_{im} \quad (\text{Model null})$$

$$Y_i = \beta_1 SP_i + \beta_2 X_i + \epsilon_i \quad (\text{Model 1})$$

$$Y_i = \beta_1 SP_i + \beta_2 PF_i + \beta_3 X_i + \epsilon_i \quad (\text{Model 2})$$

$$Y_i = \beta_1 SP_i + \beta_2 PF_i + \beta_3 FE_i + \beta_4 X_i + \epsilon_i \quad (\text{Model 3})$$

$$Y_i = \beta_1 SP_i + \beta_2 PF_i + \beta_3 FE_i + \beta_4 (SP_i \times FE_i) + \beta_5 X_i + \epsilon_i \quad (\text{Model 4})$$

$$Y_i = \beta_1 SP_i + \beta_2 PF_i + \beta_3 FE_i + \beta_4 (SP_i \times FE_i) + \beta_5 (PF_i \times FE_i) + \beta_6 X_i + \epsilon_i \quad (\text{Model 5})$$

Y : keputusan pembelian

SP : sales promotion

PF : perceived food quality

FE : *food enthusiasts*
X : variable kontrol
e : error

3.7.4.1 Goodness of Fit

Goodness of fit test bertujuan untuk membandingkan dua distribusi data, yakni yang teoritis (frekuensi prediksi) dan yang sesuai kenyataan (frekuensi observasi) Pengujian Goodness of fit yang digunakan adalah: Koefisien determinasi (R^2) dan mean square error (MSE). Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur koefisien korelasi dan menjelaskan sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Semakin tinggi nilai (R^2) maka pengaruh variabel independen dan variabel moderasi terhadap variabel dependen memiliki kekuatan yang semakin besar (Ghozali, 2015). Mean Square Error (MSE) merupakan fungsi risiko, sesuai dengan nilai yang diharapkan dari kerugian kesalahan kuadrat. Metode MSE digunakan untuk mengecek nilai kesalahan pada suatu prediksi. Nilai MSE yang rendah atau mendekati nol menunjukkan bahwa hasil prediksi sesuai dengan data actual observasi. Apabila nilai MSE pada model regresi semakin rendah, maka suatu model regresi tersebut dapat disimpulkan lebih baik. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program SPSS untuk mendapatkan nilai MSE. Perhitungan MSE dapat dilihat dengan formula sebagai berikut:

$$\text{MSE} = 1/n \sum (Y_i - Y'_i)^2$$

Keterangan :

MSE = Mean Square Error
N = Banyak Data
 Y_i = Nilai Observasi
 Y'_i = Nilai Prediksi

