BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif korelasional yang menekankan pada pengumpulan angka atau data numerik serta hasilnya dapat diolah menggunakan sistem statistika untuk mencari hubungan antar variabel yang sedang diteliti.

3.2. Identifikasi Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu Perilaku Pemesanan Makanan Melalui Aplikasi *Online* sebagai Variabel Tergantung, dan Motivasi Membeli sebagai Variabel Bebas.

3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.3.1. Perilaku Pemesanan Makanan Melalui Aplikasi *Online*

Perilaku pemesanan makanan melalui aplikasi *online* adalah suatu proses dalam segala aktivitas kegiatan pembelian makanan yang dilakukan secara *online* dengan menggunakan bantuan suatu fitur tertentu pada aplikasi

yang diharapkan dapat memenuhi segala keperluan dan kebutuhan konsumen tersebut. Perilaku pemesanan diukur menggunakan aspek rasional, emosional, dan behavioral. Semakin tinggi skor pada skala perilaku pemesanan yang diperoleh dari subjek, maka menunjukkan semakin tinggi perilaku pemesanannya, demikian pula sebaliknya.

3.3.2. Motivasi Membeli

Motivasi membeli adalah merupakan dorongan dari dalam diri konsumen untuk melakukan suatu tindakan pembelian pada suatu produk dengan tujuan pemenuhan kebutuhan. Motivasi membeli akan diukur menggunakan Skala Motivasi Membeli, yang terdiri dari aspek produk, harga, pelayanan, dan lokasi. Semakin tinggi nilai skor pada sjaka motivasi membeli yang didapatkan, maka tentu menunjukkan semakin tinggi motivasi membeli, begitu juga sebaliknya.

3.4. Subjek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pria dan wanita dengan rentang usia antara 20-30 tahun, berperan sebagai pengunjung warnet, dan pernah menggunakan pemesanan makanan melalui aplikasi online.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *incidental sampling,* di mana dalam teknik sampling ini yang dijadikan anggota sampel adalah siapa saja yang kebetulan dijumpai di tempat tertentu (Hadi, 2000). Dikarenakan keterbatasan waktu, jarak, biaya, dan tenaga maka penulis memutuskan untuk menggunakan

bantuan aplikasi alat bantu dari Google yang berguna untuk mengirim survei secara *online*, yaitu *Google Form*.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Terdapat dua skala yang digunakan pada penelitian ini, yaitu Skala Perilaku Pemesanan dan Skala Motivasi Membeli. Pertanyaan akan dibagi menjadi 2 jenis, yaitu pernyataan yang mendukung (*favourable*) dan tidak mendukung (*unfavourable*). Jawaban pada kedua skala dari setiap instrumen mempunyai empat alternatif pilihan jawaban yang memiliki nilai dari satu hingga empat. Adapun pilihan jawaban tersebut adalah gradasi Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Pada setiap alternatif jawaban untuk item favourable SS memiliki skor empat, S memiliki skor tiga, TS dengan skor dua, dan STS dengan skor satu. Sedangkan pada item unfavourable memiliki skor kebalikannya, yaitu SS dengan skor satu, S skor dua, TS skor tiga, dan STS skor empat.

3.5.1. Skala Perilaku Pemesanan

Aspek yang terkandung pada skala perilaku pemesanan adalah rasional, emosional, dan behavioral. *Blueprint* skala perilaku pemesanan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1. *Blueprint* Skala Perilaku Pemesanan

Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah Aitem Total
	Favourable	Unfavourable	
Rasional	2	2	4
Emosional	2	2	4
Behavioral	2	2	4
Total	6	6	12

3.5.2. Skala Motivasi Membeli

Aspek yang terkandung pada skala motivasi membeli adalah produk, harga, pelayanan, dan lokasi. *Blueprint* skala motivasi membeli adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2. *Blueprint* Skala Motivasi Membeli

Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah Aitem Total
	Favourable	Unfavourable	
Produk	2	2	4
Harga	2	2	4
Pelayanan	2	2	4
Lokasi	2	2	4
Total	8	8	16

3.6. Uji Coba Instrumen

Alat ukur dalam suatu penelitian haruslah ditentukan terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya, supaya tercapai hasil yang benar-benar mencerminkan masalah yang sedang diteliti sehingga menjadi dapat untuk dipertanggungjawabkan.

3.6.1. Validitas Alat Ukur

Alat ukur dapat dikatakan valid jika mampu mengungkapkan data dengan tepat serta memberikan gambaran yang cermat seputar data tersebut (Azwar, 2015). Suatu alat tes atau instrumen pengukur dapat dinyatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut mampu menjalankan fungsi ukurnya dan mampu memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Tes yang memiliki validitas rendah maka data yang dihasilkan akan menjadi tidak relevan. Uji validitas penelitian ini didasarkan pada validitas internal, yaitu korelasi antara aitem dan skor total.

Pengujian daya beda aitem pada Skala Perilaku Pemesanan dan Skala Motivasi Membeli dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor tiap aitem dengan skor total yang menggunakan teknik korelasi *Pearson Product* Moment dengan bantuan komputasi program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) untuk menentukan keaslian aitem. Mengingat karena waktu korelasi antara skor aitem dengan skor total aitem terjadi *over estimate* (kelebihan bobot), maka perlu untuk dilakukan teknik korelasi *Part Whole* untuk mendapatkan skor murni dari koefisien validitas aitem pada suatu alat ukur.

3.6.2. Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas menunjukkan bahwa instrument tersebut dapat mengukur apa yang dimaksud dalam menjawab pertanyaan atau pernyataan diantara subjek. Reliabilitas sebenarnya mengacu pada konsistensi hasil ukur yang mengandung makna kecermatan pengukuran yang dapat dipercaya (Azwar, 2011). Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah teknik Pengujian reliabilitas dengan satu kali pengukuran yaitu dengan teknik *Alpha* yang dikembangkan oleh *Cronbach*.

3.7. Teknik Analisis Data

Sesuai dengan hipotesis yang akan diuji dan berdasarkan jenis datanya, maka metode dalam analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik korelasi *Product Moment* dari Pearson. Menurut Furqon (2009, hal. 107) teknik korelasi *Pearson Product Moment* dipilih karena data kedua variabel yang dikorelasikan dalam penelitian ini berbentuk skala interval atau rasio.