

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Pengumpulan serta analisis data untuk penelitian ini akan menerapkan pendekatan kuantitatif. Menurut Creswell (2018) pendekatan kuantitatif sebagai metode sistematis untuk memvalidasi teori objektif serta membangun hubungan antar variabel yang dapat diukur. Variabel-variabel ini dikuantifikasi, biasanya menggunakan instrumen, sehingga memungkinkan pengumpulan dan analisis data numerik melalui teknik statistik. Oleh karena itu, metode kuantitatif deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengukur kekuatan pengaruh dari persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian jasa Kereta Api Papandayan dengan rute perjalanan Garut-Bandung.

#### **B. Obyek Penelitian**

Obyek penelitian yaitu mengacu pada atribut, karakteristik, atau nilai tertentu dari individu, objek, maupun aktivitas yang memiliki sifat unik untuk diteliti secara mendalam dan pada akhirnya menarik kesimpulan dari informasi yang dikumpulkan (Sugiyono, 2020). Berdasarkan definisi tersebut, objek yang diteliti pada penelitian ini yaitu persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian jasa Kereta Api Papandayan dengan rute khususnya dari Garut-Bandung.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) ialah perusahaan punya pemerintah yang berjalan di sektor penyediaan jasa transportasi. Wilayah operasinya

meliputi Jawa dan Sumatera, yang terbagi dalam Divisi Regional (Divre) di Sumatera serta Daerah Operasi (DAOP) di Jawa. Di Jawa terdapat sembilan DAOP, berawal DAOP 1 (Jakarta) sampai DAOP 9 (Jember). Organisasi di Sumatera meliputi lima Divre, mulai dari Sub Divre I (Aceh) hingga Divre IV (Tanjung Karang). Selain jaringan operasionalnya yang luas, KAI mendapatkan keuntungan dari dukungan enam anak perusahaan dan berbagai organisasi afiliasi seperti KAI Services, KAI Airport, dan lainnya, yang mendiversifikasi pendapatannya melalui layanan penumpang dan kargo, operasi pendukung, fokus non-transportasi, dan subsidi pemerintah seperti yang diuraikan dalam profil perusahaan tahun 2023.

Penelitian ini difokuskan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 2 Bandung, yang berada di Jalan Stasiun Selatan No. 25, Kota Bandung. KAI DAOP 2 dalam mengatur operasionalnya bertanggung jawab pada wilayah Bandung dan sekitarnya termasuk Garut (PPID KAI, 2019).

Kereta Api Papandayan merupakan kereta api baru yang pertama kali dioperasikan pada tanggal 24 Januari 2024 dengan melayani rute Garut-Bandung-Gambir (PP) dimana Kereta Api Papandayan ini merupakan rangkaian kereta eksekutif dan ekonomi premium pertama yang tersedia di Kabupaten Garut, selain itu Kereta Api Papandayan juga dirangkaikan dengan rangkaian kereta panoramic (Portaljabar, 2024).

Pada kereta papandayan terdapat dua jenis tarif yang berbeda berdasarkan rute perjalanan yang ditempuh dan berdasarkan fasilitas kursi yang digunakan, yaitu diantaranya:

**TABEL 3. 1**  
**DAFTAR TARIF KERETA API PAPANDAYAN**

No.	Rute dan Jam Keberangkatan	Kelas	Tarif
1.	Garut – Gambir (PP) 12:30 – 17:45	Eksekutif	Rp 315.000
		Ekonomi Premium	Rp 195.000
		Panoramic	Rp 600.000
2.	Garut – Bandung (PP) 12:30 – 14:48	Eksekutif	Rp 100.000
		Ekonomi Premium	Rp 50.000
		Panoramic	Rp 425.000

*Sumber: Aplikasi Access by KAI, 2024*

Tabel diatas menunjukkan daftar daftar tarif Kereta Api Papandayan yang didasarkan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) melalui aplikasi *Access by KAI* dan melalui *Ticketing Counter* di Stasiun Garut ataupun Bandung.

### C. Populasi dan Sampel

Sugiyono (2020) mendefinisikan populasi mencakup domain yang lebih luas yang dapat digeneralisasikan untuk mewakili sekelompok entitas yang dicirikan oleh kualitas dan sifat yang sama. Dengan mempelajari populasi tertentu ini, penulis bertujuan untuk menarik kesimpulan bermakna yang dapat digeneralisasikan ke kelompok yang lebih luas.

Adapun populasi dalam penelitian ini ialah semua pembeli yang pernah memakai jasa Kereta Api Papandayan dengan tujuan keberangkatan dari Garut – Bandung terhitung sejak *launching* pada bulan Januari 2024 hingga saat ini pada bulan Mei 2024. Banyaknya populasi yang didapatkan

pada penelitian ini berjumlah 12.704 penumpang, atas jumlah populasi yang terhitung cukup besar tersebut maka penulis menggunakan sampel untuk mewakili populasinya.

Mengacu pada Sugiyono (2020), sampel mewakili sebagian dari populasi, memiliki karakteristik yang sama dengan kelompok yang lebih luas, yang digunakan oleh penulis ketika kendala tidak memungkinkan untuk melakukan studi populasi secara penuh. Penelitian ini mengadopsi *Accidental Sampling* dari metode *Non-Probability Sampling*, dimana sampel yang dipilih dari suatu populasi ditemui di tempat yang sesuai dengan konteks penelitian dan penulis hanya perlu memastikan bahwa responden yang dipilih memenuhi kriteria yang telah ditentukan sebelumnya (Riyanto & Hatmawan, 2020).

Dalam penentuan jumlah sampel, Rumus Slovin diterapkan penulis guna menetapkan total sampel yang nantinya diuji pada penelitian ini, yakni:

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

Keterangan :

N : Jumlah keseluruhan populasi

e : *error level* (batas toleransi sebesar 10% atau 0,1)

n : Jumlah sampel yang diambil

Hasil perhitungan sampel dengan memakai formula Slovin pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{12.704}{1 + 12.704 (0,1)^2} = \frac{12.704}{127,05} = 99,9 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Penulis mendapatkan jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini melalui proses perhitungan di atas sebanyak 99,9 responden yang apabila dikenakan jadi 100 responden.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

##### **1) Kuesioner (Angket)**

Kuesioner atau angket yaitu instrumen penelitian yang digunakan apabila responden memiliki jumlah yang besar, berbentuk pilihan ganda, dapat diisi dan dibaca sehingga dapat mengungkapkan hal-hal yang bersifat rahasia (Sugiyono, 2020). Creswell (2018) memperkenalkan kuesioner sebagai alat yang sistematis untuk mengumpulkan informasi dari responden melalui pertanyaan-pertanyaan yang dibuat dengan tepat yang bertujuan untuk memahami berbagai aspek dari suatu penelitian. Untuk pernyataan tersebut penulis akan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang pernah menggunakan jasa Kereta Api Papandayan dengan rute Garut-Bandung dengan menggunakan google form untuk mengumpulkan data mengenai persepsi konsumen yang mencakup empat dimensi yaitu stimuli (*stimulus*), registrasi (*registration*), interpretasi (*interpretation*), dan umpan balik (*feedback*). Dalam konteks penelitian ini juga, kuesioner berfungsi sebagai alat untuk mengeksplorasi berbagai aspek termasuk pilihan terkait produk, merek, penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran.

Penelitian ini mengadopsi Skala Likert untuk pengukuran, yang mencakup lima tingkat mulai dari refleksi yang sangat positif hingga sangat negatif, sesuai dengan Sugiyono (2020), untuk mengevaluasi

preferensi respons. Berikut merupakan tingkatan dari Skala Likert antara lain:

**TABEL 3. 2**  
**SKALA LIKERT**

<b>Pilihan Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber: Sugiyono (2020)*

## E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel ialah sebuah alat bagi penulis untuk menerjemahkan konsep abstrak menjadi indikator yang dapat diukur untuk pengumpulan dan analisis data (Sugiyono, 2020). Penelitian ini memakai dua jenis variabel, yakni variabel *independen* serta variabel *dependen*.

1. Variabel Independent (X): variabel yang dimanipulasi ataupun diubah penulis untuk mengamati pengaruhnya terhadap variabel lain yaitu variabel dependen (Sugiyono, 2020). Pada penelitian ini, variabel *independen* (X) yang akan diteliti yaitu Persepsi Konsumen dengan empat dimensi yang dikemukakan oleh Albushairi et al., (2018) yaitu diantaranya stimuli (*stimulus*), registrasi (*registration*), interpretasi (*interpretation*), dan umpan balik (*feedback*) kemudian diturunkan menjadi 12 indikator yang diteliti.
2. Variabel Dependen (Y): variabel yang ingin diukur atau diamati oleh penulis untuk melihat bagaimana perubahannya sebagai respons terhadap manipulasi variabel independent (Sugiyono, 2020). Fokus utama dari penelitian ini adalah Keputusan Pembelian, sebuah variabel dependen yang mencakup enam dimensi seperti yang diidentifikasi oleh Kotler dan Keller (2019), seperti pilihan merek, produk, waktu pembelian, pilihan penyalur, metode pembayaran, serta jumlah pembelian.

Beberapa hal yang akan diukur pada penelitian ini dijadikan indikator yang bisa dilihat melalui matriks operasional variabel berikut:

**TABEL 3. 3**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL**

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item
<b>Persepsi (X)</b> Albushairi et al., (2018)	Stimuli <i>(stimulus)</i>	Ketertarikan berdasarkan jenis fisik kereta api (gerbong dan fasilitas)	1
		Ketertarikan berdasarkan penampilan petugas kereta api	2
		Ketertarikan berdasarkan pengalaman seseorang di media sosial	3
	Registrasi <i>(registration)</i>	Perolehan informasi dari keluarga/teman	4
		Perolehan informasi melalui promosi <i>offline</i>	5
		Perolehan informasi melalui media promosi <i>online</i>	6
	Interpretasi <i>(interpretation)</i>	Ketepatan jadwal keberangkatan dan kedatangan	7
		Keamanan di kereta api	8
		Kenyamanan di kereta api	9
	Umpan balik <i>(feedback)</i>	Kepuasan terhadap pelayanan	10
		Akan kembali menggunakan jasa	11
		Akan merekomendasikan kepada orang lain	12



**TABEL 3.3**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL (LANJUTAN)**

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>No. Item</b>
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b> Kotler dan Keller (2019)	Pilihan produk	Pembelian produk berdasarkan kebutuhan	13
		Pembelian berdasarkan keunggulan fasilitas	14
	Pilihan merek	Pembelian berdasarkan ketertarikan pada merek	15
	Pilihan penyalur	Kemudahan pembelian tiket online	16
		Faktor lokasi tempat pembelian yang strategis	17
	Waktu pembelian	Waktu penggunaan setiap ke Bandung	18
		Pembelian dilakukan berdasarkan promosi	19
	Jumlah pembelian	Intensitas penggunaan jasa	20
	Metode pembayaran	Keberagaman metode pembayaran	21

*Sumber: Diolah penulis, 2024*

## **F. Analisis Data**

### **1. Analisis Dekskriptif**

Menurut Riyanto & Hatmawan (2020) metode analisis deskriptif melibatkan perhitungan statistik dasar untuk merangkum dan mendeskripsikan sekumpulan data. Hal ini bertujuan untuk mengetahui

berbagai ukuran penyebaran (variance, range, standard deviasi), ukuran tendensi sentral (median, mode, mean), dan statistik deskriptif lainnya seperti jumlah total (sum) serta nilai minimum dan maksimum. Dalam penelitian ini analisis deskriptif dipakai guna menganalisa dan mengungkapkan besarnya persepsi konsumen mempengaruhi keputusan pembelian jasa kereta api papandayan rute Garut-Bandung.

## 2. Uji validitas

Untuk memperoleh data yang akurat penulis menggunakan uji validitas sebagai cara untuk memverifikasi bahwa instrumen penelitian menunjukkan validitas yang kuat untuk kemudian kuesioner dalam penelitian ini disebarkan kepada responden. Menurut Sugiyono (2020) untuk mencapai keabsahan data diperlukan penggunaan instrumen yang valid dan reliabel. Kemudian penulis mengevaluasi validitas instrumen tersebut dengan menggunakan teknik Koefisien Korelasi *Product-Moment* dari Karl Pearson, ialah:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

N : Banyaknya responden

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

Y : Skor total

X : Skor tiap butir angket dari tiap responden

Rumus yang dipakai guna melakukan pengujian validitas instrumen angket pada penelitian ini ialah korelasi Pearson. Kriteria yang

digunakan untuk pemeriksaan validitas adalah: Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka peralatan dikatakan valid; jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  maka peralatan dikatakan tak valid dan Hasil uji validitas instrumen dalam penelitian ini akan dilakukan dengan memakai software SPSS versi 25.

Untuk menghitung r tabel dihitung melalui *Degree of Freedom* dengan rumus  $df = (N-2)$ , N disini merupakan total responden yang diuji sehingga  $df = 30-2 = 28$ , serta alpha 0,05 maka didapatkan r table 0,361. Adapun hasil uji validitas pada penelitian ini:

**TABEL 3. 4**  
**HASIL UJI VALIDITAS**

Variabel	Dimensi	No. Item	r Hitung	r Tabel	Ket
Persepsi Konsumen (X)	Stimuli ( <i>stimulus</i> )	1	0,640	0,361	VALID
		2	0,599	0,361	VALID
		3	0,635	0,361	VALID
	Registrasi ( <i>registration</i> )	4	0,420	0,361	VALID
		5	0,512	0,361	VALID
		6	0,796	0,361	VALID
	Interpretasi ( <i>interpretation</i> )	7	0,381	0,361	VALID
		8	0,409	0,361	VALID
		9	0,443	0,361	VALID
	Umpan balik ( <i>feedback</i> )	10	0,504	0,361	VALID
		11	0,497	0,361	VALID
		12	0,452	0,361	VALID
Keputusan Pembelian (Y)	Pilihan produk	13	0,569	0,361	VALID
		14	0,530	0,361	VALID
	Pilihan merek	15	0,594	0,361	VALID

**TABEL 3. 4**  
**HASIL UJI VALIDITAS (LANJUTAN)**

Variabel	Dimensi	No. Item	r Hitung	r Tabel	Ket
	Pilihan penyalur	16	0,400	0,361	VALID
		17	0,478	0,361	VALID
	Waktu pembelian	18	0,448	0,361	VALID
		19	0,620	0,361	VALID
	Jumlah pembelian	20	0,727	0,361	VALID
	Metode pembayaran	21	0,555	0,361	VALID

Sumber: Diolah penulis, 2024

Terlihat pada tabel, hasil uji validitas diatas pada tiap variabel yang digunakan penelitian ini diketahui bahwa masing-masing variabel menunjukkan angka r hitung  $>$  r tabel dan dapat dikatakan valid, tetapi dari 23 item pernyataan yang diuji terdapat beberapa pernyataan yang tak valid sehingga menjadi 21 item pernyataan yang ditetapkan valid untuk penelitian ini.

### 3. Uji Reliabilitas

Berdasarkan Sugiyono (2020) uji reliabilitas ialah proses menentukan tingkat stabilitas serta konsistensi suatu alat ukur ataupun instrumen penelitian. Alat ukur dan instrumen penelitian yang reliabel memberikan data yang konsisten dan stabil bahkan setelah digunakan berulang kali dan oleh orang yang berbeda. Pada penelitian ini, perhitungan reliabilitas akan dilakukan memakai formula *Cronbach Alpha*, yaitu:

$$\alpha = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum S^2 j}{S^2} \right)$$

Keterangan:

k = Jumlah butir pertanyaan

$\alpha$  = Koefisien reliabilitas

1= Bilangan konstan

$S_i^2$  = Jumlah varian butir

$\sum S_i^2$  = Jumlah varian total

Adapun hasil dari uji reliabilitas dalam penelitian ini:

**TABEL 3. 5**  
**HASIL UJI RELIABILITAS**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach Alpha</b>	<b>Alpha</b>	<b>Ketentuan 60% atau 0,6</b>	<b>N of Items</b>
Persepsi Konsumen (X)	0,758	0,05	0,6	12
Keputusan Pembelian (Y)	0,662	0,05	0,6	9

Sumber: Diolah penulis, 2024

Uji reliabilitas diatas menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* > taraf signifikansi 0,05 (alpha) atau nilai *Cronbach's Alpha* wajib harus (>) 0,6 maka keputusan alat ukur dinyatakan reliabel pada setiap variabel.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melanjutkan pada teknik analisis regresi linear sederhana, maka penulis melaksanakan uji asumsi klasik dulu, diantaranya:

a. Uji Normalitas

Riyanto & Hatmawan (2020) memberikan definisi uji normalitas digunakan guna menilai data yang dikumpulkan sesuai dengan distribusi normal, sehingga memastikan pemilihan teknik statistik yang sesuai.

b. Uji Heteroskedastisitas

Dalam bukunya, Ghozali (2016) mendefinisikan heteroskedastisitas adalah suatu kondisi di mana varians residual dalam model regresi linear tidak sama untuk semua nilai variabel independen. Kemungkinan terjadinya gejala heteroskedastis dapat diketahui dengan menggunakan *Scatterplot*. Dalam grafik ini, sumbu x mewakili residu, serta sumbu y mewakili nilai y yang diprediksi. Apabila titik di bawah serta di atas sumbu 0 (nol) tersebar di sumbu Y serta grafik tersebut tak mempunyai pola yang jelas, maka model regresi tersebut tak heteroskedastis.

5. Analisis Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini memakai analisis regresi linier sederhana guna menyelidiki keterkaitan antara variabel bebas tunggal dan variabel terikat, yang difasilitasi oleh perangkat lunak SPSS versi 25, mengikuti definisi Sugiyono (2020).

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian jasa

$X$  = Persepsi konsumen

$b$  = Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

$a$  = Harga  $Y$  bila  $X = 0$  (Harga konstanta)

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji F (Simultan)

Sebagaimana didefinisikan oleh Riyanto & Hatmawan (2020), uji  $f$  bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh kolektif beberapa variabel tidak terikat dalam kaitannya dengan satu variabel terikat. Ini mengevaluasi apakah variabel independen, jika dilihat secara bersamaan, memiliki dampak yang substansial secara statistik terhadap variabel terikat. Berikut kriteria diterima atau ditolak hipotesis nol ( $H_0$ ) pada uji  $F$ , yaitu:

- a.  $H_0$  diterima, apabila  $F$  hitung  $< F$  tabel serta nilai sig  $> 0,05$ .
- b.  $H_0$  ditolak, apabila  $F$  hitung  $\geq F$  tabel serta nilai sig  $< 0,05$ .

## 7. Koefisien Determinasi

Riyanto & Hatmawan (2020) mengidentifikasi koefisien determinasi, yang juga dikenal sebagai R-squared ( $R^2$ ), sebagai indikator statistik yang merinci berapa persen varians dalam variabel terikat yang bisa di distribusikan pada variabel bebas pada sebuah model regresi.  $R^2$  yang rendah menandakan jika bermacam variabel bebas tidak signifikan menjelaskan variabel terikat, sedangkan  $R^2$  yang besar memperlihatkan jika berbagai variabel bebas menawarkan kekuatan penjelas yang substansial untuk memprediksi variabel terikat.

## G. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari periode Februari hingga bulan Juli 2024 dengan tahapan pertama yaitu persiapan penelitian dari bulan Februari-Mei 2024 yang diantaranya pengajuan TOR usulan penelitian, penyusunan usulan penelitian, dan kemudian melakukan seminar usulan penelitian. Setelah itu, dilanjutkan pada tahap pelaksanaan yang terdiri dari pengumpulan data di lapangan dan analisis data dari bulan Mei-Juni 2024. Lalu dilanjutkan dengan tahap penyusunan laporan proyek akhir pada bulan Juni 2024 dan kemudian akan dilakukannya sidang proyek akhir pada bulan Juli 2024.

**TABEL 3. 6**  
**JADWAL PENELITIAN**

No.	Kegiatan	Bulan						
		Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agu
1	<b>Tahap Persiapan Penelitian</b>							
	Pengajuan TOR Usulan Penelitian							
	Penyusunan Usulan Penelitian							
	Seminar Usulan Penelitian							
2	<b>Tahap Pelaksanaan</b>							
	Pengumpulan Data							
	Analisis Data							
3	<b>Tahap Penyusunan Laporan</b>							
4	<b>Sidang Proyek Akhir</b>							