

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah yang disusun secara sistematis untuk mengumpulkan dan menganalisis data guna menjawab permasalahan penelitian serta menghasilkan kesimpulan yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Menurut Sugiyono (2023:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Penelitian yang rasional adalah penelitian yang menggunakan teori.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. (Sugiyono, 2023:16) menjelaskan bahwa Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun penjelasan mengenai metode deskriptif dan verifikatif adalah sebagai berikut:

Berdasarkan pernyataan Sugiyono (2023:64) metode deskriptif yaitu metode yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik hanya pada

satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel yang bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain dan mencari hubungan dengan variabel yang lain. Metode ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah deskriptif pada penelitian ini yaitu, bagaimana tanggapan pengguna aplikasi Gojek mengenai *Sales Promotion*, bagaimana tanggapan pengguna aplikasi Gojek mengenai *Perceived Usefulness*, serta bagaimana tanggapan pengguna aplikasi Gojek mengenai *Continuance Intention* Layanan Gojek pada Generasi Milenial di Kota Bandung.

Sedangkan metode verifikatif menurut Sugiyono (2023:65) merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menguji pada populasi atau sampel untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Melalui pengujian dengan analisis statistik, penelitian dapat melakukan pembuktian yang menentukan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak. Metode verifikatif dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Sales Promotion* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention* Penggunaan Layanan pada Generasi Milenial pengguna Gojek di Kota Bandung, baik secara parsial maupun simultan.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif, variabel merupakan elemen utama yang menjadi fokus analisis, karena pendekatan ini berpandangan bahwa suatu gejala dapat diklasifikasikan ke dalam variabel-variabel tertentu. Secara teoritis, variabel didefinisikan sebagai atribut yang dimiliki oleh seseorang atau suatu objek, yang menunjukkan adanya variasi antara satu dengan yang lainnya. Variasi ini

memungkinkan variabel untuk diukur dan dianalisis secara sistematis dalam penelitian (Sugiyono, 2023:68).

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini disusun dalam bentuk tabel yang menjelaskan cara pengukuran setiap variabel. Tabel ini mencakup dimensi, indikator, ukuran, serta skala penelitian, sehingga memungkinkan pengukuran yang sistematis dan objektif terhadap variabel yang diteliti.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2023:68) menjelaskan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini meliputi *Sales Promotion* (X1), *Perceived Usefulness* (X2), dan *Continuance Intention* (Y). Berikut ini merupakan penjelasan mengenai variabel-variabel tersebut:

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus atau sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent atau variabel terikat (Sugiyono, 2023:69). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas atau independent yaitu, sebagai berikut:

a. *Sales Promotion*

Menurut Kotler *et al.*, (2024:343) menyatakan bahwa:

“Promotional pricing involves temporarily pricing products below the list price, and sometimes even below cost, to increase short-run sales.”

b. *Perceived Usefulness*

Menurut Davis & Granić (2024:3-4) mengemukakan bahwa:

“Perceived usefulness is the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance.”

2. Variabel Terikat (*dependent*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2023:69). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *Continuance Intention* (Y). Menurut Wardhana (2024:62-63), minat keberlanjutan penggunaan dapat diartikan sebagai kecenderungan individu untuk terus menggunakan suatu produk, layanan, atau teknologi setelah memperoleh pengalaman penggunaan sebelumnya. Individu yang memiliki minat akan menunjukkan keinginan untuk melakukan tindakan penggunaan secara berulang terhadap layanan tersebut.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan tahap penting dalam penelitian yang bertujuan untuk mempermudah pengukuran dan pemahaman terhadap variabel yang diteliti. Proses ini melibatkan penjabaran variabel secara rinci agar peneliti dapat menentukan alat ukur yang sesuai dengan konsep yang telah didefinisikan. Elemen yang dijelaskan dalam operasionalisasi variabel meliputi nama variabel, definisi, indikator, ukuran, dan skala pengukuran. Umumnya, operasionalisasi variabel disajikan dalam bentuk tabel agar lebih mudah dipahami. Proses ini menjadi landasan penting dalam menyusun instrumen penelitian dan menganalisis hasil secara sistematis.

Sesuai dengan judul penelitian, terdapat tiga variabel utama, yaitu *sales promotion* (X_1), *perceived usefulness* (X_2), dan *continuance intention* (Y). Ketiga variabel ini digunakan untuk menetapkan dimensi variabel yang selanjutnya dikembangkan menjadi indikator, kemudian diperluas menjadi item-item pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner. Kuesioner tersebut disusun dengan skala pengukuran yang sesuai guna memastikan validitas dan reliabilitas data yang diperoleh. Secara lebih rinci, operasionalisasi variabel dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Sales Promotion (X1)</i> <i>“Promotional pricing involves temporarily pricing products below the list price, and sometimes even below cost, to increase short-run sales.”</i>	1. <i>Perceived Value</i>	a. Promosi Gojek memberikan penghematan biaya perjalanan	Tingkat penghematan biaya	Ordinal	1
		b. Promosi Gojek memberikan nilai ekonomis yang menguntungkan	Tingkat manfaat ekonomis	Ordinal	2
		c. Promosi yang diberikan membuat biaya perjalanan lebih terjangkau	Tingkat keterjangkauan biaya	Ordinal	3

Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kotler <i>et al.</i> , (2024:343)	2. <i>Credibility</i>	a. Promosi Gojek sesuai dengan informasi yang diberikan	Tingkat kesesuaian informasi	Ordinal	4
		b. Promosi Gojek dapat dipercaya saat digunakan	Tingkat kepercayaan terhadap promosi	Ordinal	5
	3. <i>Fairness</i>	a. Besaran promosi dianggap wajar dan menguntungkan	Tingkat kewajaran promosi	Ordinal	6
		b. Promosi yang diberikan sesuai dengan biaya yang dikeluarkan	Tingkat kesesuaian manfaat	Ordinal	7
	4. <i>Time Frame</i>	a. Periode promosi cukup untuk dimanfaatkan pengguna	Tingkat kecukupan waktu promosi	Ordinal	8
		b. Promosi tersedia pada waktu yang sesuai dengan kebutuhan pengguna	Tingkat kesesuaian waktu promosi	Ordinal	9
	5. <i>Requirements</i>	a. Meningkatkan efektivitas	Tingkat efektivitas aktivitas	Ordinal	10
		b. Meningkatkan produktivitas	Tingkat peningkatan produktivitas pengguna	Ordinal	11

Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			dalam beraktivitas		
Perceived Usefulness (X2) <i>“Perceived usefulness is the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance.”</i> Davis & Granić (2024:3-4)	1. Efisiensi	a. Gojek membantu saya melakukan perjalanan dengan lebih efisien	Tingkat efisiensi perjalanan	Ordinal	12
		b. Gojek membantu menghemat waktu perjalanan	Tingkat penghematan waktu	Ordinal	13
		c. Gojek membantu mengurangi waktu menunggu transportasi	Tingkat efisiensi waktu tunggu	Ordinal	14
	2. Convenience	a. Gojek memudahkan aktivitas mobilitas saya	Tingkat kemudahan mobilitas	Ordinal	15
		b. Gojek memudahkan memperoleh layanan transportasi yang dibutuhkan	Tingkat kemudahan memperoleh layanan	Ordinal	16
	3. Actual Benefits	a. Saya merasa nyaman menggunakan layanan Gojek	Tingkat kenyamanan penggunaan	Ordinal	17
		b. Kesesuaian fitur	Tingkat kesesuaian fitur dengan kebutuhan	Ordinal	18

Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		c. Gojek membantu memenuhi kebutuhan transportasi saya	Tingkat manfaat layanan	Ordinal	19
		4. <i>Productivity</i> a. Gojek membantu saya mencapai tujuan perjalanan dengan lebih mudah	Tingkat kemudahan mencapai tujuan	Ordinal	20
		5. <i>Effectiveness</i> a. Gojek meningkatkan efektivitas aktivitas sehari-hari saya	Tingkat efektivitas aktivitas	Ordinal	21
		b. Gojek membantu memperoleh layanan transportasi dengan lebih cepat	Tingkat kecepatan layanan	Ordinal	22
<i>Continuance Intention (Y)</i> Kecenderungan individu untuk terus menggunakan suatu produk, layanan, atau teknologi setelah	1. <i>Continued Usage Intention</i>	a. Saya berniat terus menggunakan Gojek di masa mendatang	Tingkat niat penggunaan berkelanjutan	Ordinal	23
		b. Saya akan tetap menggunakan Gojek sebagai pilihan transportasi <i>online</i>	Tingkat keinginan mempertahankan penggunaan	Ordinal	24

Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
memperoleh pengalaman penggunaan sebelumnya. Wardhana (2024:62-63)	2. <i>Reuse Intention</i>	c. Saya akan menggunakan Gojek secara rutin di masa mendatang	Tingkat konsistensi penggunaan	Ordinal	25
		a. Saya berencana menggunakan Gojek kembali ketika membutuhkan transportasi	Tingkat niat penggunaan kembali	Ordinal	26
		b. Gojek akan menjadi pilihan utama saat membutuhkan transportasi online	Tingkat preferensi penggunaan	Ordinal	27
	3. <i>Recommendation Intention</i>	a. Saya bersedia merekomendasikan Gojek kepada orang lain	Tingkat kesediaan merekomendasikan	Ordinal	28
		b. Saya akan menceritakan pengalaman positif menggunakan Gojek kepada orang lain	Tingkat kesediaan berbagi pengalaman	Ordinal	29
	4. <i>Loyalty Intention</i>	a. Saya tetap memilih Gojek meskipun	Tingkat komitmen penggunaan	Ordinal	30

Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		tersedia alternatif layanan lain			
		b. Saya akan terus menggunakan Gojek dalam jangka panjang	Tingkat ketergantungan terhadap layanan	Ordinal	31
		c. Saya tidak berniat berpindah ke aplikasi transportasi online lain dalam waktu dekat	Tingkat ketahanan terhadap perpindahan layanan	Ordinal	32

Sumber: Data diolah Peneliti, April 2026.

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan suatu subjek atau topik yang akan diteliti guna memecahkan suatu masalah. Populasi dalam penelitian berfungsi sebagai objek penelitian. Penentuan populasi memudahkan peneliti dalam melakukan pengolahan data dan untuk mempermudah pengolahan data, peneliti memperoleh sebagian dari jumlah dan karakteristik populasi, yang disebut sampel, dan sampel diperoleh dari teknik sampling.

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang meliputi objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti, dianalisis, dan diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2023:126). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat khususnya Generasi Milenial yang beraktivitas di

wilayah Kota Bandung sebagai populasi potensial pengguna aplikasi Gojek pada lokasi penelitian. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung, jumlah penduduk Kota Bandung tahun 2022 adalah 116.029 jiwa, sebagaimana disajikan pada Tabel 3.2.

Tabel 3. 2

Jumlah Penduduk Kota Bandung Menurut Kelompok Umur Tahun 2024

No	Kelompok Umur	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1	0-4 tahun	90.636	87.173	177.809
2	5-9 tahun	91.730	87.869	179.599
3	10-14 tahun	91.971	87.804	179.775
4	15-19 tahun	102.001	96.208	198.209
5	20-24 tahun	105.510	102.778	208.288
6	25-29 tahun	102.097	101.857	203.954
7	30-34 tahun	99.516	97.246	196.762
8	35-39 tahun	95.554	91.936	187.490
9	40-44 tahun	96.791	92.136	188.927
10	45-49 tahun	93.432	90.769	184.201
11	50-54 tahun	80.984	81.077	162.061
12	55-59 tahun	70.397	72.794	143.191
13	60-64 tahun	56.180	60.134	116.314
14	65-69 tahun	41.766	45.968	87.734
15	70-74 tahun	28.544	33.249	61.793

Sumber: <https://bandungkota.bps.go.id/>, Diolah Peneliti April 2026.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan subjek penelitian. Menurut Sugiyono (2024:127), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam

penelitian ini, tidak seluruh populasi dapat dijangkau oleh peneliti, sehingga diperlukan teknik pengambilan sampel yang tepat agar data yang diperoleh tetap representatif. Pengambilan sampel dilakukan untuk memperoleh responden yang sesuai dengan fokus penelitian mengenai *sales promotion* dan *perceived usefullness* terhadap *continuance intention* penggunaan layanan Gojek.

Untuk menentukan ukuran sampel penelitian yang diambil dari populasi, peneliti menggunakan rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Tingkat Kesalahan

Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 573.179 jiwa Generasi Milenial di Kota Bandung (BPS, 2024). Dengan tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi sebesar 10% (0,1), maka jumlah sampel yang dapat diambil untuk mewakili populasi adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{573.179}{1 + 573.179 (0,1^2)}$$

$$n = \frac{573.179}{5.732,79} = 99,9 = 100$$

Berdasarkan perhitungan di atas, jumlah sampel yang diperoleh adalah 99,9 responden. Karena jumlah sampel harus berbentuk bilangan bulat, maka angka tersebut dibulatkan menjadi 100 responden. Pembulatan ini dilakukan untuk mempermudah proses pengambilan data sekaligus memastikan jumlah responden mencukupi dalam penelitian. Dengan demikian, sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan pengguna layanan Gojek yang pernah menggunakan aplikasi Gojek di Kota Bandung, sehingga diharapkan dapat mewakili populasi penelitian.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah metode yang digunakan untuk menentukan sampel dalam suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2023:128) menyatakan bahwa teknik sampling merupakan teknik untuk pengambilan sampel. Teknik sampling digunakan oleh peneliti untuk menentukan sebagian anggota populasi yang dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi dalam suatu penelitian. Pemilihan teknik sampling yang tepat sangat penting agar data yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi populasi secara lebih akurat. Dalam menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian, terdapat dua kelompok teknik sampling, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*.

Probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, serta *area (cluster) sampling* (sampling menurut daerah). *Non-probability sampling* merupakan teknik

pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini meliputi *systematic sampling*, *quota sampling*, *incidental sampling*, *purposive sampling*, dan *Saturated sampling*.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2023:133) menyatakan bahwa *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode ini dipilih karena tidak semua anggota populasi di Kota Bandung memiliki karakteristik yang sesuai dengan fokus penelitian. Oleh karena itu, peneliti menetapkan kriteria khusus dalam pemilihan responden, yaitu individu yang termasuk dalam kategori Generasi Milenial serta pernah menggunakan layanan Gojek.

Dalam proses pengumpulan data, responden diperoleh dari individu yang ditemui oleh peneliti dan bersedia mengisi kuesioner, kemudian diseleksi berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Hal ini dilakukan karena tidak tersedia daftar pasti mengenai seluruh pengguna Gojek di wilayah penelitian, sehingga pendekatan *purposive sampling* dinilai lebih efektif untuk memperoleh data yang relevan. Adapun kriteria responden yang digunakan dalam pemilihan sampel pada penelitian ini adalah:

1. Responden yang termasuk dalam kategori Generasi Milenial (usia sekitar 30–44 tahun).
2. Responden berdomisili di Kota Bandung.
3. Responden yang pernah menggunakan layanan Gojek minimal satu kali.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam mendukung penyelesaian masalah penelitian. Proses ini dapat dilakukan melalui berbagai metode dan sumber. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2023:194). Adapun metode serta sumber pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Riset lapangan dilakukan untuk memperoleh data primer, yaitu data yang dikumpulkan secara langsung dari responden yang menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari pengguna Gojek yang pernah menggunakan aplikasi Gojek di Kota Bandung.

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek atau fenomena yang diteliti untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Melalui observasi, peneliti dapat memahami kondisi nyata di lapangan serta perilaku responden dalam konteks yang sebenarnya. Menurut Sugiyono (2023:203), observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik dibandingkan dengan teknik lainnya, yaitu tidak hanya terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam lainnya. Observasi dilakukan melalui proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan secara terbatas untuk

mendukung pemahaman peneliti mengenai konteks penggunaan layanan Gojek, misalnya dengan mengamati bagaimana pengguna memanfaatkan aplikasi dalam aktivitas sehari-hari, seperti proses pemesanan layanan, penggunaan promosi yang tersedia, serta situasi yang memengaruhi keputusan penggunaan. Selain itu, observasi juga mencakup kondisi lingkungan yang berkaitan dengan mobilitas pengguna di wilayah Kota Bandung.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data melalui penyusunan pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden Sugiyono (2023:199). Pada penelitian ini, kuesioner disusun berdasarkan dimensi/indikator variabel yang diteliti, yaitu *Sales Promotion* (X1), *Perceived Usefulness* (X2), dan *Continuance Intention* (Y), dan disebarluaskan secara daring menggunakan *Google Form* kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh informasi dan data sekunder secara teoritis. Data ini berfungsi sebagai referensi serta pendukung dalam pembahasan penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan membaca dan mempelajari berbagai literatur yang relevan dengan topik yang diteliti.

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah metode pengumpulan data atau informasi yang diperoleh dengan mempelajari buku, literatur, dan sumber tertulis lainnya yang terkait dengan variabel penelitian. Metode ini digunakan untuk mendapatkan landasan teoritis yang kuat untuk mendukung analisis penelitian.

b. Jurnal

Jurnal ilmiah mencakup berbagai bidang ilmu yang berhubungan dengan topik penelitian dan dapat digunakan untuk membandingkan dan mendukung temuan penelitian.

c. Internet

Internet dimanfaatkan sebagai sumber data sekunder untuk memperoleh informasi yang mendukung penelitian secara faktual dan aktual. Informasi tersebut diperoleh dari berbagai sumber resmi dan kredibel, seperti data statistik dari lembaga pemerintah, publikasi dari instansi terkait, serta dokumen dan artikel ilmiah yang membahas perkembangan layanan transportasi berbasis aplikasi (*ride-hailing*). Selain itu, sumber daring juga digunakan untuk melengkapi data pendukung yang berkaitan dengan penggunaan Gojek, perilaku Generasi Milenial, serta faktor-faktor yang memengaruhi minat keberlanjutan penggunaan, seperti promosi dan persepsi kemanfaatan aplikasi. Dengan demikian, penggunaan sumber internet diharapkan dapat memperkuat landasan empiris yang relevan dengan lokasi penelitian dan fenomena yang diteliti.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur nilai variabel dalam suatu penelitian guna memperoleh data yang mendukung proses analisis. Jumlah instrumen yang digunakan bergantung pada banyaknya variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, instrumen penelitian akan melalui dua pengujian, yaitu uji validitas untuk mengetahui ketepatan instrumen dan uji reliabilitas untuk memastikan konsistensi hasil pengukuran.

Uji validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana suatu instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen penelitian dapat dikatakan valid apabila alat ukur tersebut mampu menghasilkan data yang akurat dan sesuai dengan fenomena yang sebenarnya. Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi suatu instrumen dalam mengukur variabel yang sama pada waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel akan memberikan hasil pengukuran yang tetap atau tidak berbeda secara signifikan ketika digunakan dalam kondisi yang serupa.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk menilai sejauh mana suatu instrumen mampu mengukur variabel yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian. Konsep ini mencerminkan tingkat ketepatan suatu alat ukur dalam mengumpulkan data yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Instrumen penelitian dapat dikatakan valid apabila data yang diperoleh melalui pengukuran mencerminkan kondisi yang sebenarnya.

Pengujian validitas setiap item dilakukan dengan mengkorelasikan skor setiap butir pertanyaan dengan skor total, yaitu jumlah skor tiap butir pertanyaan.

Hasil korelasi ini kemudian dibandingkan dengan standar validasi yang ditetapkan. Nilai koefisien korelasi dihitung menggunakan rumus *Pearson Product Moment* sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2023:246). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2\}\{n(\sum Yi)^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi

n : Jumlah responden uji coba

$\sum x$: Jumlah hasil pengamatan variabel x

$\sum y$: Jumlah hasil pengamatan variabel y

$\sum xy$: Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel x dan variabel y

$\sum x^2$: Jumlah kuadrat pada masing-masing skor x

$\sum y^2$: Jumlah kuadrat pada masing-masing skor y

Menurut Sugiyono (2023:180), suatu instrumen dikatakan memenuhi kriteria validitas apabila memenuhi syarat berikut:

- a. Jika $r \geq 0,3$, maka *instrument* atau item pernyataan memiliki korelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika $r \leq 0,3$, maka *instrument* atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Proses uji validitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Nilai validitas suatu butir

pertanyaan atau pernyataan dianalisis melalui *Pearson Correlation*, yang menunjukkan sejauh mana suatu item memiliki hubungan yang signifikan dengan konstruk yang diwakilinya. Sebuah butir pernyataan dianggap valid jika nilai r_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari nilai r_{tabel} pada tingkat signifikansi tertentu.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Menurut Sugiyono (2023:176) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada persetujuan-persetujuan yang sudah memenuhi uji validitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Cronbach Alpha* (CA) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Metode *Cronbach Alpha* digunakan untuk melihat konsistensi internal butir pernyataan dalam satu variabel. Adapun rumus *Cronbach Alpha* (CA) adalah sebagai berikut:

$$r_1 = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_{\frac{2}{b}}}{\sigma_{\frac{2}{t}}} \right)$$

Keterangan:

r_1 : Reliabilitas instrument

k : Jumlah butir pernyataan

B : Variabel no genap

$\sum \sigma_{\frac{2}{b}}$: Jumlah varians butir

σ_t^2 : Varians total

Jika nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan $\geq 0,7$, maka instrumen dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang cukup atau baik. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,7$, maka instrumen dianggap memiliki reliabilitas yang rendah atau kurang reliabel. Nilai 0,7 sering digunakan sebagai batas minimum yang menunjukkan bahwa suatu instrumen memiliki konsistensi internal yang dapat diterima.

3.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan analisis data mencakup mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2023:206).

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Setiap jawaban responden diberi bobot nilai menggunakan skala *Likert* untuk memudahkan pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap pernyataan yang diajukan (Sugiyono, 2023:146). Skala *Likert* yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Alternatif Jawaban dengan Skala *Likert*

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2023:147).

Berdasarkan tabel 3.3, alternatif jawaban beserta bobot nilai untuk setiap item dalam kuesioner dapat diidentifikasi. Pemberian bobot nilai pada skala likert bertujuan untuk mempermudah responden dalam menjawab pertanyaan yang disajikan dalam kuesioner. Pengisian kuesioner dilakukan dengan memberikan tanda *checklist* (✓) pada kolom yang sesuai dengan pilihan jawaban responden. Setelah data terkumpul, proses selanjutnya adalah pengolahan data yang disajikan dalam bentuk tabel untuk mempermudah analisis. Dengan demikian, data yang diperoleh diinterpretasikan secara sistematis guna mendukung temuan penelitian.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan keadaan serta kejadian yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Analisis statistik deskriptif merupakan metode statistik yang bertujuan untuk menganalisis data dengan cara menyajikan dan menggambarkan data yang telah terkumpul secara objektif, tanpa bertujuan untuk membuat kesimpulan yang bersifat umum atau generalisasi (Sugiyono, 2023:206).

Pada penelitian ini, analisis deskriptif diterapkan untuk mengkaji variabel *sales promotion*, *perceived usefulness*, dan *continuance intention*. Selanjutnya, dilakukan klasifikasi berdasarkan total skor yang diperoleh dari jawaban responden. Total skor tersebut kemudian digunakan sebagai dasar dalam menyusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner. Untuk menggambarkan data dari masing-masing variabel penelitian, disusun tabel distribusi frekuensi guna mengetahui tingkat pencapaian skor pada setiap variabel. Setelah itu, data yang diperoleh dari kuesioner dianalisis lebih lanjut dengan menghitung nilai rata-rata menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Skor rata-rata} = \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}}$$

Setelah menghitung nilai skor rata-rata, langkah berikutnya adalah memetakan hasil tersebut ke dalam garis kontinum guna mengidentifikasi pola kecenderungan jawaban responden. Untuk menentukan kategori jawaban responden, dilakukan pengelompokan dalam skala tertentu menggunakan formulasi sebagai berikut:

$$NJI(\text{Nilai Jenjang Interval}) = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Jawaban}}$$

Dimana:

Nilai Tertinggi : 5

Nilai Terendah : 1

Interval : $5 - 1 = 4$

$$\text{Rentang Skor} : \frac{5-1}{5} = 0,8$$

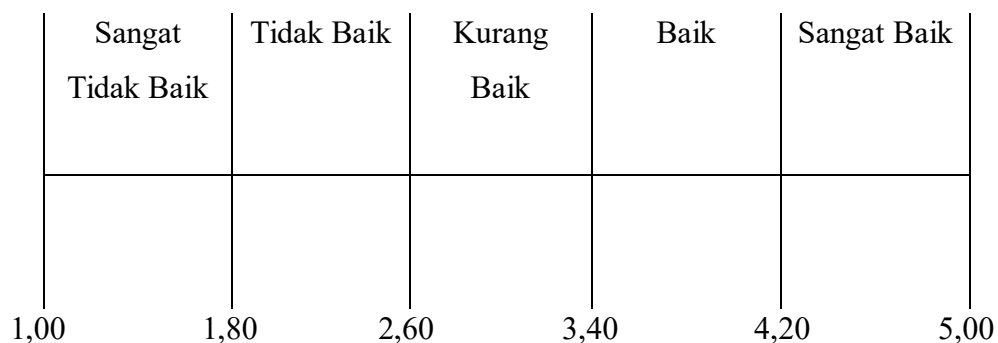
Maka dapat ditentukan kategori skala pengukuran sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Kategori Skala Pengukuran

Skala	Kriteria
1,00 -1,80	Sangat Tidak Baik
1,81- 2,60	Tidak Baik
2,61- 3,40	Kurang Baik
3,41- 4,20	Baik
4,21- 5,00	Sangat baik

Sumber: Sugiyono (2023:134).

Berdasarkan hasil diatas, maka kategori skala tersebut dapat diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum yaitu, sebagai berikut:



Gambar 3. 1
Garis Kontinum

Berdasarkan Gambar 3.1, rentang skor 1,00–1,80 mencerminkan hasil pengukuran dalam kategori sangat tidak baik, sementara rentang 1,81–2,60 menunjukkan kategori tidak baik. Selanjutnya, rentang 2,61– 3,40 mengindikasikan hasil pengukuran yang tergolong kurang baik, sedangkan rentang 3,41–4,20 menunjukkan kategori baik. Adapun rentang 4,21–5,00 merepresentasikan hasil pengukuran dalam kategori sangat baik.

3.6.2 Analisis Verifikatif

Metode verifikatif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menguji kebenaran teori melalui pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis statistik. Menurut Sugiyono (2023:206) analisis verifikatif merupakan pendekatan penelitian yang diarahkan untuk menguji kebenaran teori melalui pengujian hipotesis, sehingga menghasilkan temuan ilmiah berupa keputusan apakah hipotesis yang dirumuskan dinyatakan diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini, analisis verifikatif digunakan untuk membuktikan hubungan pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependen*), sehingga pengujian dilakukan melalui teknik analisis statistik yang sesuai dengan tujuan penelitian.

3.6.2.1 *Method of Succesive Interval* (MSI)

Data yang diperoleh dalam penelitian ini berbentuk skala ordinal. Agar dapat diolah lebih lanjut menggunakan teknik statistik parametrik, data tersebut perlu dikonversi menjadi skala interval. Proses konversi ini dilakukan dengan *Metode Succesive Interval* (MSI). Terdapat beberapa langkah dalam melakukan transformasi data dengan metode MSI, yaitu sebagai berikut:

1. Menghitung jumlah responden yang memilih masing-masing kategori jawaban (skor 1–5) untuk setiap item pertanyaan dalam kuesioner.
2. Mengidentifikasi jumlah total responden yang memperoleh setiap skor dan menyusunnya dalam bentuk distribusi frekuensi.
3. Setiap frekuensi yang diperoleh dibagi dengan total jumlah responden, sehingga menghasilkan nilai proporsi untuk setiap kategori jawaban.

4. Proporsi yang telah dihitung dijumlahkan secara bertahap hingga membentuk proporsi kumulatif yang mendekati distribusi normal.
5. Proporsi kumulatif dikonversi ke dalam nilai *Z-score* berdasarkan tabel distribusi normal standar.
6. Menentukan *Scale Value* (SV) untuk masing-masing responden dengan menggunakan rumus:

$$SV = \frac{\text{Density of Lower Limit} - \text{Density of Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Keterangan:

Scala Value : Nilai Skala

Density of Lower Limit : Densitas Batas Bawah

Density of Upper Limit : Densitas Batas Atas

Area Under Upper Limit : Daerah Dibawah Batas Atas

Area Under Lower Limit : Daerah Dibawah Batas Bawah

7. Setelah nilai skala diperoleh, skor transformasi untuk setiap kategori jawaban dihitung menggunakan rumus:

$$y = SV + [k]$$

$$k = 1 + [SV_{min}]$$

Untuk meningkatkan efisiensi proses transformasi data dari skala ordinal ke interval, penelitian ini menggunakan perangkat lunak SPSS, yang dapat mengotomatisasi perhitungan berdasarkan metode MSI.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2023:258) Analisis regresi linier berganda merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel bebas (independen) dengan satu variabel terikat (dependen). Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda karena jumlah variabel independen yang diteliti lebih dari satu, sehingga diperlukan model yang mampu menjelaskan pengaruh beberapa variabel secara simultan terhadap variabel dependen. Adapun persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat

α : Konstanta

β_1, β_2 : Koefisien regresi masing-masing variabel independent

X_1 : Variabel bebas

X_2 : Variabel bebas

e : Tingkat kesalahan (*standard error*)

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara *sales promotion* (X_1) dan *perceived usefulness* (X_2) terhadap *continuance intention* (Y). Analisis ini bertujuan untuk menentukan besaran yang menunjukkan seberapa kuat hubungan

variabel-variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y), sehingga dapat diketahui tingkat keeratan hubungan X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap Y dalam penelitian ini. Adapun rumus korelasi ganda adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{JK_{(reg)}}{\sum Y^2}$$

Keterangan:

R^2 : Koefisien korelasi berganda

JK_{reg} : Jumlah kuadrat regresi

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat total

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan $-1 < r < 1$ sebagai berikut:

Apabila r : 1, artinya terdapat hubungan antara *sales promotion* (X1) dan *perceived usefulness* (X2) terhadap *continuance intention* (Y).

Apabila r : -1, artinya terdapat hubungan variabel negatif

Apabila r : 0, artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Hasil perhitungan korelasi dapat bernilai positif atau negatif. Apabila nilai koefisien positif, hal tersebut menunjukkan kedua variabel tersebut saling berhubungan. Sedangkan apabila koefisien korelasi negatif, menunjukkan kedua variabel tersebut saling berhubungan terbalik. Berikut ini adalah tabel pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 5
Koefisien Korelasi dan Tafsirannya

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,0 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2023:184)

3.6.2.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya kontribusi/pengaruh variabel *Sales Promotion* (X1) dan *Perceived Usefulness* (X2) terhadap variabel *Continuance Intention* (Y). Analisis koefisien determinasi yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi koefisien determinasi berganda (simultan) dan koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda (Simultan)

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh X1 (*Sales Promotion*) dan X2 (*Perceived Usefulness*) terhadap Y (*Continuance Intention*) secara simultan, dengan mengkuadratkan koefisien korelasi gandanya, yaitu:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd : Koefisien Determinasi (dalam persentase)

r^2 : Koefisien determinasi / kuadrat dari koefisien korelasi ganda

100% : Penggali untuk menyatakan dalam persentase

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi masing-masing variabel bebas pengaruh X1 (*Sales Promotion*) dan X2 (*Perceived Usefulness*) terhadap Y (*Continuance Intention*) secara parsial, yaitu:

$$Kd = \beta x \text{Zero Order} x 100\%$$

Keterangan:

Kd : Koefisien determinasi parsial

b : Nilai *Standarized Coefficients* (Beta)

Zero Order : Korelasi (*zero-order*) variabel bebas terhadap variabel terikat

100% : Penggali untuk menyatakan dalam persentase

3.6.3 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Disebut sementara karena jawaban tersebut masih perlu dibuktikan melalui pengumpulan dan analisis data empiris. Selain itu, hipotesis juga dapat dianggap sebagai jawaban teoritis yang masih memerlukan pembuktian lebih lanjut melalui penelitian (Sugiyono, 2023:99). Dalam penelitian ini hipotesis dirumuskan dalam dua bentuk, yaitu hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1). Hipotesis nol (H_0) menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel yang diuji, sedangkan hipotesis alternatif (H_1) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel tersebut.

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$$

Artinya, secara simultan tidak terdapat pengaruh *Sales Promotion* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention*.

$$H_1: \beta_1 \neq 0 \text{ atau } \beta_2 \neq 0$$

Artinya, secara simultan terdapat pengaruh *Sales Promotion* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention*.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk mengetahui apakah hipotesis ditolak atau diterima, berikut merupakan rumus untuk menguji hipotesis:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2 : Koefisien determinasi

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah sampel/responden

F : F_{hitung} yang kemudian dibandingkan dengan F_{tabel}

$(n-k-1)$: Derajat kebebasan

Kriteria pengambilan keputusan

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai Sig $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (model signifikan).
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai Sig $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (model tidak signifikan).

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat menjabarkan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Sales Promotion* (X1) terhadap *Continuance Intention* (Y)
 - a. $H_0: \beta_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh *Sales Promotion* terhadap *Continuance Intention*.
 - b. $H_1: \beta_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh *Sales Promotion* terhadap *Continuance Intention*.
2. Pengaruh *Perceived Usefulness* (X2) terhadap *Continuance Intention* (Y)
 - a. $H_0: \beta_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention*.
 - b. $H_1: \beta_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention*.

Untuk menghitung pengaruh parsial tersebut maka digunakanlah T-test dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t_{hitung} : Statistik uji korelasi (uji parsial)

n : Jumlah sampel/responden

r : Nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila $T_{hitung} > T_{tabel} (\alpha) = 0,1$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Apabila $T_{hitung} < T_{tabel} (\alpha) = 0,1$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2023:199). Penyusunan kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data mengenai variabel-variabel yang diteliti berdasarkan penilaian responden. Kuesioner berisi pernyataan yang berkaitan dengan *Sales Promotion*, *Perceived Usefulness* dan *Continuance Intention* sebagaimana tercantum dalam operasionalisasi variabel penelitian. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Bandung, Jawa Barat yang merupakan salah satu wilayah perkotaan dengan tingkat mobilitas masyarakat yang tinggi serta didominasi oleh kelompok usia produktif, khususnya Generasi Milenial sebagai pengguna layanan transportasi berbasis aplikasi. Kota Bandung dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki karakteristik yang relevan dengan objek penelitian, yaitu pengguna layanan Gojek. Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini dimulai pada bulan Mei 2026 sampai dengan selesai.