

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang difokuskan untuk mengetahui keterkaitan, baik berupa hubungan maupun pengaruh, di antara dua variabel atau lebih secara empiris. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini menggunakan data berupa angka yang diolah secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

Menurut Fatihudin & Firmansyah (2019), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang menekankan pada pengukuran objektif dan analisis statistik terhadap data numerik yang diperoleh melalui kuesioner, survei, atau manipulasi data statistik yang sudah ada.

Penelitian ini berfokus pada pengujian pengaruh variabel *Electronic Word of Mouth* (X1), Promosi Digital (X2), dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3) terhadap Keputusan Menggunakan (Y) “*Blu by BCA Digital*” di Kalangan Pekerja Kota Surabaya.

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan mengenai cara pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian agar dapat diobservasi secara empiris. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari:

Tabel 3.1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Definisi Operasional Indikator
1.	<i>Electronic Word of Mouth</i> (X1) (Goyette et al., 2010)	Bentuk komunikasi melalui media digital berupa ulasan, rekomendasi, atau pengalaman pengguna lain mengenai aplikasi “ <i>Blu by BCA Digital</i> ”.	1. Intensitas	Banyaknya ulasan atau frekuensi melihat informasi dan interaksi mengenai “ <i>Blu by BCA Digital</i> ” di internet/media sosial.
			2. Konten Informasi	Tingkat kelengkapan informasi yang disajikan dalam ulasan (fitur, kualitas, harga, keamanan) mengenai “ <i>Blu by BCA Digital</i> ”.
			3. Pendapat Positif	Seberapa besar ulasan atau rekomendasi baik di internet mampu mendorong menggunakan “ <i>Blu by BCA Digital</i> ”.
			4. Pendapat Negatif	Seberapa besar ulasan atau kritik buruk di internet membuat konsumen mengurungkan menggunakan “ <i>Blu by BCA Digital</i> ”.
2.	Promosi Digital (X2) (Chaffey & Smith, 2023)	Strategi pemasaran menggunakan media digital untuk menarik minat dan meningkatkan keputusan penggunaan aplikasi “ <i>Blu by BCA Digital</i> ”.	5. Efektivitas Media Digital	Seberapa ampuh iklan atau konten promosi di media digital dalam menarik perhatian responden terhadap “ <i>Blu by BCA Digital</i> ”.
			6. Kejangkauan Promosi	Seberapa sering iklan atau konten promosi “ <i>Blu by BCA Digital</i> ” dijumpai oleh responden di berbagai platform (<i>Instagram/TikTok/YouTube</i>).
			7. Interaktivitas	Seberapa mampu konten promosi “ <i>Blu by BCA Digital</i> ” memfasilitasi komunikasi dua arah yang membantu pemahaman responden terhadap aplikasi.
3.	Persepsi Kemudahan	Persepsi pengguna	8. Mudah Dimengerti	Seberapa cepat menu dan fitur operasional di dalam aplikasi

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Definisi Operasional Indikator
	Penggunaan (x3) (Simamora & Fatira, 2019)	terhadap tingkat kemudahan dalam menggunakan aplikasi “ <i>Blu by BCA Digital</i> ” untuk melakukan transaksi keuangan.		“ <i>Blu by BCA Digital</i> ” dipelajari dan dipahami oleh responden.
			9. Praktis	Tingkat kepraktisan dan kemudahan akses aplikasi “ <i>Blu by BCA Digital</i> ” dalam memenuhi berbagai kebutuhan transaksi keuangan sehari-hari.
			10. Mudah Digunakan	Tingkat kemudahan pengoperasian menu dan fitur tanpa merasakan kesulitan atau hambatan yang berarti bagi responden.
4.	Keputusan Menggunakan (Y) (Kotler et al., 2021)	Tahapan proses di mana pengguna memutuskan untuk menggunakan aplikasi “ <i>Blu by BCA Digital</i> ” secara berkelanjutan.	11. Kemantapan Produk	Seberapa yakin responden bahwa memilih menggunakan “ <i>Blu by BCA Digital</i> ” adalah keputusan yang paling tepat.
			12. Kebiasaan Penggunaan	Tingkat rutinitas responden dalam menggunakan aplikasi “ <i>Blu by BCA Digital</i> ” untuk kebutuhan transaksi operasional sehari-hari.
			13. Rekomendasi	Seberapa besar kesediaan responden untuk menyarankan dan merekomendasikan aplikasi “ <i>Blu by BCA Digital</i> ” kepada orang di lingkungannya.

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

C. Populasi dan Teknik *Sampling*

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah sekumpulan orang atau benda yang dijadikan objek penelitian (Fatihudin, 2020). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pekerja aktif di wilayah Kota Surabaya yang pernah atau sedang

menggunakan aplikasi “*Blu by BCA Digital*” untuk aktivitas transaksi keuangan. Oleh karena itu, jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti. Hal ini dikarenakan sebaran pekerja di Kota Surabaya sangat luas, baik pada *platform* daring maupun luring, serta tidak adanya data keanggotaan yang terpusat. Berdasarkan kondisi tersebut, penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *non-probability sampling*.

2. Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* diartikan sebagai metode penentuan responden dari sebagian populasi yang diteliti. Pemilihan ini dirancang sedemikian rupa agar sampel yang diperoleh memiliki keterwakilan yang kuat terhadap sifat dan karakteristik populasi secara utuh (Sugiyono, 2016). Sampel merupakan bagian dari jumlah atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi, yang dipilih secara representatif agar kesimpulan yang diperoleh dari sampel dapat digeneralisasikan untuk populasi (Sugiyono, 2016). Penelitian ini menggunakan metode *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. Menurut (Sugiyono, 2016), *purposive sampling* adalah pengambilan sampel menggunakan pendekatan yang didasarkan pada pertimbangan tertentu, di mana subjek yang dipilih harus memenuhi kualifikasi khusus demi menjawab tujuan penelitian.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

- a. Usia 17 – 45 tahun,
- b. Berdomisili atau bekerja di Kota Surabaya.

- c. Merupakan pekerja aktif.
- d. Pernah atau sedang menggunakan aplikasi “*Blu by BCA Digital*”.

Karena jumlah populasi pengguna “*Blu by BCA Digital*” di Surabaya tidak diketahui secara pasti, maka jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus:

Lemeshow & David (1997)

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel minimum

Z = nilai Z pada tingkat kepercayaan tertentu

P = proporsi populasi (diasumsikan 0,5 jika tidak diketahui)

d = batas kesalahan yang dapat ditoleransi (margin of error)

Dalam penelitian ini digunakan tingkat kepercayaan 95% sehingga nilai $Z = 1,96$, proporsi $P = 0,5$, dan batas kesalahan $d = 0,1$. Dengan demikian, jumlah sampel minimum yang diperlukan adalah:

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{(0,1)^2} = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka jumlah sampel minimum adalah 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah **100 responden**.

D. Objek dan Waktu Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pengguna aplikasi “*Blu by BCA Digital*” yaitu pekerja di Kota Surabaya. Istilah pekerja yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada pengertian menurut Undang-Undang Ketenagakerjaan No. 13 Tahun 2003. Pekerja yang dimaksud adalah subjek yang terlibat dalam hubungan kerja yang aktivitasnya terikat oleh perintah dari pemberi kerja dan berorientasi pada penerimaan upah sebagai imbalan imbalan kerja.

Contohnya meliputi:

- a. Pekerja tetap
- b. Pekerja kontrak
- c. Pekerja harian lepas

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan mulai dari Oktober 2025 sampai Juni 2026, Meliputi tahap penyusunan instrumen, penyebaran kuesioner, pengumpulan data, analisis data, dan penyusunan laporan akhir

E. Metode dan Teknik Pengambilan Data

Metode kuantitatif digunakan untuk menguji pengaruh variabel *electronic word of mouth*, promosi digital, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan “*Blu by BCA Digital*” melalui pengukuran data numerik dan analisis statistik.

Teknik pengumpulan data merupakan serangkaian prosedur sistematis yang diterapkan oleh peneliti untuk menghimpun seluruh informasi dan data yang relevan guna menjawab kebutuhan penelitian. Menurut Sugiyono (2016), pengumpulan data merupakan langkah strategis dalam penelitian karena pencapaian tujuan penelitian sangat bergantung pada kualitas dan keakuratan data yang berhasil diperoleh. Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner secara daring melalui *Google Form*.

Responden diminta untuk memberikan tanda pada pilihan jawaban yang telah disediakan sesuai dengan pendapat dan pengalaman dalam menggunakan aplikasi “*Blu by BCA Digital*”. Penyebaran kuesioner secara daring dipilih karena dinilai lebih efektif dan efisien dalam menjangkau responden serta memudahkan proses pengumpulan dan pengolahan data.

Kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian utama. Bagian pertama berisi identitas responden, yang meliputi usia, jenis kelamin, dan status pekerjaan. Selanjutnya, bagian kedua berisi pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Dalam penelitian ini, skala yang digunakan untuk mengukur setiap indikator adalah skala *likert*. Menurut Sugiyono (2016), skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu fenomena sosial. Setiap pernyataan dalam kuesioner diukur

menggunakan lima tingkat preferensi dengan rentang skor dari 1 sampai dengan 5, yang dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala *Likert*

PILIHAN JAWABAN	SKOR
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu – Ragu	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Penggunaan skala *likert* lima poin bertujuan untuk memberikan kelelusaan kepada responden dalam menyampaikan persepsi mereka secara lebih akurat terhadap pernyataan yang diajukan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada pekerja yang berdomisili dan bekerja di Kota Surabaya serta telah menggunakan aplikasi “*Blu by BCA Digital*”. Menurut Sugiyono (2016), data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pendukung seperti buku teks, jurnal ilmiah, laporan resmi, serta situs *web* yang relevan dengan topik penelitian. Data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, melainkan melalui orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2016).

F. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data merupakan metode yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data yang telah dikumpulkan agar dapat menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian. Menurut Sugiyono (2016), analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil kuesioner dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting, serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data dilakukan dengan bantuan program *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* dengan tahapan sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian telah memenuhi syarat valid dan reliabel.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Menurut Sugiyono (2016), validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* antara skor setiap item pernyataan dengan skor total variabel.

Jika skor $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka item dalam kuisioner tersebut dinyatakan valid, namun apabila $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka item dalam kuisioner tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur dalam mengukur variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2016), reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan konsisten apabila dilakukan pengukuran ulang.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka item dinyatakan reliabel.
- 2) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka item dinyatakan tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebagai prasyarat sebelum melakukan analisis regresi linier berganda agar hasil estimasi bersifat tidak bias dan efisien.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Menurut Sugiyono (2016), model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Uji normalitas dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, dengan kriteria:

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Sugiyono, 2016).

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji Glejser, dengan kriteria:

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Menurut Sugiyono (2016), model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinieritas.

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai $VIF > 10$ dan nilai *Tolerance* $< 0,1$, maka data dapat dikatakan mengandung multikolinearitas.

- 2) Jika nilai VIF <10 dan nilai *Tolerance* >0,1, maka dapat dikatakan tidak mengandung multikolinearitas.

3. Analisis Data

a. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan maupun parsial. Menurut Sugiyono (2016), regresi linier berganda digunakan apabila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen apabila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor.

Model persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Menggunakan

X_1 = *Electronic Word of Mouth*

X_2 = Promosi

X_3 = Persepsi Kemudahan Penggunaan

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi

e = *Error*

4. Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2016), uji f digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima.
- 2) Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$, maka hipotesis ditolak.

b. Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Menurut Sugiyono (2016), uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.