

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk para konsumen atau pengguna *marketplace* Shopee sebagai sarana dalam berbelanja *online* khususnya bagi mahasiswa Universitas Mercu Buana Jatisampurna angkatan 35 jurusan Manajemen. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Juli - September 2021.

#### B. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif, dimana data penelitian berupa angka-angka dan di analisis menggunakan statistik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Survei adalah metode riset yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu dan menggunakan kuesioner sebagai salah satu alat penggalan data. Tujuan dari metode ini yaitu untuk memperoleh informasi mengenai hal yang akan diteliti kepada sejumlah responden yang dianggap mewakili suatu populasi. Desain penelitian yang digunakan peneliti untuk penelitian ini adalah penelitian kausal. Menurut Sugiyono (2015), "Penelitian kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi di dalam penelitian tersebut terdapat variabel independen (yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi)." Alat pengolahan data yang digunakan oleh peneliti adalah *software* IBM SPSS (*Statistical Program Social Scientist*) versi 23.

## **C. Definisi dan Operasional Variabel**

### **a). Definisi Variabel**

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2015).

Pada penelitian ini terdapat dua jenis variabel dengan penjelasan sebagai berikut:

#### 1) Variabel Bebas (Variabel Independen)

Menurut Sugiyono (2015) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas pada penelitian ini yaitu:

1. Promosi (X1).
2. Brand Image (X2).
3. Harga (X3)

#### 2) Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2015). Variabel terikat pada penelitian ini yaitu:

1. Keputusan pembelian (Y).

### **b). Definisi Operasionalisasi Variabel**

Operasional variabel adalah suatu informasi ilmiah yang amat membantu penelitian lain yang ingin membantu penelitian yang sama (Sugiyono, 2015). Definisi operasional adalah suatu informasi ilmiah yang amat membantu.

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

| Variabel   | Dimensi              | Indikator   | Skala   |
|--|----------------------|---|---------|
| Keputusan pembelian ( Y )<br>(Kotler & Amstrong, 2008;79 ) | Pengenalan Kebutuhan | Informasi tentang kapan dan dimana produk harus dibeli<br>Sesuai kebutuhan        | Ordinal |
|  | Pencarian Informasi  | Sumber pribadi<br>Sumber komersial<br>Sumber <i>public</i>                        |         |
|  | Evaluasi alternatif  | Ketepatan dalam membeli produk<br>Mengevaluasi merek lain                         |         |
| Keputusan Pembelian  | Keputusan Pembelian  | Kemampuan konsumen melakukan Pembelian<br>Membutuhkan rekomendasi dari orang lain |         |
|  |                      | Perilaku pasca Pembelian  |         |
| Promosi (X1)<br>(Kotler & Amstrong, 2012;432 )             | Periklanan           | Kemudahan informasi yang didapat  | Ordinal |
|  | Sales Promotion      | Promosi yang dilakukan menjadikan konsumen paham terhadap produk yang tawarkan.   |         |
|  | Personal Selling     | Interaksi tatap muka terhadap konsumen dalam mendapatkan produk.                  |         |

|   |  |   |         |
|---|--|---|---------|
|   | Pemasaran Langsung ( <i>Direct Marketing</i> ) | Shopee menawarkan promosi yang menarik melalui media online.                      |         |
|   | Public Relations                               | Keterlibatan Shopee dalam sebuah event yang diadakan.                             |         |
| <i>Brand image (X2)</i>                 | Strength                                       | Citra produk baik.  | Ordinal |
| ( Eka Agustina, 2017)                   | Favorability                                   | Dapat memenuhi keinginan khalayak pasar   |         |
|   | Uniqueness                                     | Differensiasi antara produk dengan pesaing.                                       |         |
| Harga (X3)<br>( Kotler e Keller. 2012 ) | Kesesuaian Harga                               | Harga sesuai dengan kualitas produk<br>Potongan harga pembelian tunai             | Ordinal |
|   | Keterjangkauan harga                           | Harga produk sangat terjangkau<br>Membeli produk sesuai dengan kemampuan konsumen |         |
|   | Daya saing produk                              | Harga produk lebih murah dari produk lain   |         |
|   | Kesesuaian harga dengan manfaat                | Selalu mencari informasi mengenai   |         |

Sumber: Penulis, 2021

#### D. Skala Pengukuran

Pada penelitian ini untuk mengukur variabel yang digunakan adalah Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi

seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, (Sugiyono, 2015). Jenjang yang dibuat atau dipakai adalah lima (1,2,3,4,5) untuk memberikan nilai berdasarkan skor atau angka/bobot atas jawaban yang diperoleh dari masing-masing nilai adalah sebagai berikut,

**Tabel 3.2**  
**Pengukuran Skala Likert**

| <b>Pernyataan</b>   | <b>Kode</b> | <b>Skor</b> |
|---------------------|-------------|-------------|
| Sangat Setuju       | SS          | 5           |
| Setuju              | S           | 4           |
| Netral              | N           | 3           |
| Tidak Setuju        | TS          | 2           |
| Sangat Tidak Setuju | STS         | 1           |

Sumber: Sugiyono (2015)

## **E. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **a). Populasi**

Menurut Sugiyono (2015), mendefinisikan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Yang disebut dengan populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen mahasiswa Universitas Mercu Buana Jatisampurna Jurusan Manajemen angkatan 35 berjumlah 69 orang.

## b). Sampel

Menurut Sugiyono (2015), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan memiliki karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Jika populasi terlalu besar dan peneliti tidak memungkinkan untuk memahami keseluruhan yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *non-probability sampling* yaitu merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2015). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015).

Pertimbangan dalam menentukan kriteria responden yang digunakan dalam penelitian ini merupakan konsumen yang ikut dan menggunakan produk. Adapun perhitungan besar sampel minimal dilakukan dengan menggunakan perhitungan besar sampel Dean, AG, Sullivan, KM, dan Soe, MM (2013) sebagaimana berikut:

$$n = \frac{Np(1-p)}{\left[ \frac{d^2}{Z_{1-\alpha/2}^2} * (N-1) + p * (1-p) \right]}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel minimal

Z : Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

d : presisi atau *Margin of error* atau kesalahan maksimal yang bisa dikolerasi, disini ditetapkan 10% atau 0,10

N : besaran populasi = 69

P : dugaan besaran frekuensi variabel dalam populasi = 50%, karena tidak diketahui (Dean. AG, Sullivan. KM, Soe. MM, 2013).

Dengan menggunakan aplikasi perhitungan besar sampel, Open Epi, diperoleh besar sampel minimal sebesar 40 orang sehingga jumlah sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah berjumlah 40 responden.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik survei berupa kuesioner untuk mendapatkan data primer. Metode pengumpulan data yang dilakukan memberikan sejumlah pertanyaan ataupun pernyataan yang tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015). Adapun data yang diperoleh dengan cara Kuesioner. Kuesioner menurut Kusumah (2011) merupakan sekumpulan pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada subjek penelitian untuk dikumpulkannya berbagai informasi yang dibutuhkan di dalam penelitian Kuesioner dalam penelitian ini tujuan kepada konsumen yang berbelanja dengan menggunakan aplikasi Shopee sehingga konsumen tersebut ditetapkan menjadi sampel atau responden. Pengukuran variabel penelitian ini dengan menggunakan kuesioner secara personal. Data dikumpulkan menggunakan angket tertutup. Interval pernyataan dalam penelitian ini adalah 1 – 5 dengan pernyataan jangkanya sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

#### **G. Metode Analisis Data**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, Menurut Sugiyono (2015) analisis data kuantitatif yaitu merupakan

analisis data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum

Menurut Sugiyono (2015), analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variable dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Tahap penelitian dijelaskan pada sub bab berikut:

### 1) Uji Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2015), “Statistik deskriptif adalah *statistic* yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.” Tolak ukur dari pendeskripsian ini adalah dengan pemberian angka, baik dalam jumlah maupun *presentase* (%).

### 2) Uji Kualitas Data

#### (a) Uji Validitas

Uji validitas menyatakan bahwa instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian dapat digunakan atau tidak. Menurut Sugiyono (2015) menyatakan bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data sesungguhnya yang terjadi



pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validasi instrumen dalam penelitian ini menggunakan metode pengujian validasi isi dengan analisis item, yaitu dengan mengkorelasikan antara skor setiap instrumen dengan skor total yang merupakan jumlah dari setiap skor butir.

Pada penelitian ini, analisis faktor dilakukan dengan menggunakan program IBM SPSS *Statistic* Versi 23. Persyaratan pokok yang harus dipenuhi adalah angka *Measure of Sampling Adequacy (MSA)* harus di atas 0,5 dan probabilitas (sig) < 0,05. Apabila terdapat variabel yang tidak memenuhi syarat, maka disingkirkan dan variabel yang memenuhi syarat kemudian diuji kembali.

Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- (1) Jika nilai  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka variabel tersebut dikatakan valid
- (2) Jika nilai  $r$  hitung tidak positif serta  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka variabel dikatakan tidak valid

#### (b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan alat bantu *Statistical Program Social Scientist (SPSS)* uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $>$  0,67 (Sugiyono, 2015).

### (c) Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik adalah pengujian asumsi statistik yang harus dilakukan pada analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji asumsi yang ada dalam pemodelan regresi linear berganda sehingga data dapat dianalisa lebih lanjut tanpa menghasilkan data yang biasa.

#### 1) Uji Normalitas

Asumsi normalitas digunakan untuk menguji apakah data nilai residual berdistribusi normal atau tidak (Ghozali 2015). Hal tersebut merupakan salah satu syarat untuk melakukan analisis regresi berganda. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau dapat diketahui dengan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Pada penelitian ini, peneliti melakukan uji normalitas dengan menggunakan teknik Kolmogorov Smirnov.

Uji Kolmogorov Smirnov adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku, dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika signifikansi  $\leq 0,05$  maka data yang akan diuji  
Mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal.
- b) Jika signifikansi  $\geq 0,05$  maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara data yang akan diuji dengan data normal baku, berarti data tersebut normal.

## 2) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2015), “Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada tidaknya hubungan yang sempurna antara sesama variabel bebas, karena dalam asumsi klasik hal ini tidak boleh terjadi.” Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai dari VIF, dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika nilai  $VIF < 10$ , maka tidak terjadi gejala multikolinieritas di antara variabel bebas.
- b) Jika nilai  $VIF > 10$ , maka terjadi gejala multikolinieritas di antara variabel bebas.

## 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2015).

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara

SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y$  prediksi –  $Y$  sesungguhnya) yang telah di studentized. (Ghozali, 2015). Menurut Ghozali (2015) Dasar analisisnya sebagai berikut:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. (Ghozali, 2015).
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. (Ghozali, 2015).

#### 4) Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. (Ghozali, 2015). Rumusnya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

- |  |  |
|--|--|
| a  | = Nilai konstan                                |
| b <sub>1</sub> , b <sub>2</sub> , b <sub>3</sub> | = Nilai koefisien regresi                      |
| Y  | = Nilai variabel terikat (Keputusan Pembelian) |
| X <sub>1</sub>                                   | = Nilai variabel bebas (Promosi)               |
| X <sub>2</sub>                                   | = Nilai variabel bebas ( <i>Brand Image</i> )  |
| X <sub>3</sub>                                   | = Nilai variabel bebas (Harga)                 |

$e$  = error

**(d) Uji Hipotesis**

Uji hipotesis bertujuan untuk menetapkan suatu dasar sehingga dapat mengumpulkan bukti yang berupa data-data dalam menentukan keputusan apakah menolak atau menerima kebenaran dari pernyataan atau asumsi yang telah dibuat.

**1) Uji Koefisien Determinansi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2015).

Dalam penelitian ini menggunakan nilai Adjusted R<sup>2</sup> pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Tidak seperti R<sup>2</sup>, nilai Adjusted R<sup>2</sup> dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model. Dalam kenyataan nilai Adjusted R<sup>2</sup> dapat bernilai negatif, walaupun dikehendaki harus bernilai positif. Bila R<sup>2</sup> bernilai negatif, maka nilai Adjusted R<sup>2</sup> dianggap bernilai nol. (Ghozali, 2015).

## 2) Uji Simultan (Uji Statistik F)

Menurut Ghozali (2016) Uji statistic F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

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

Keterangan:

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Dengan kriteria pengujian pada taraf signifikansi 5% dengan tingkat kebebasan (n-3):

1) Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau tingkat signifikansi  $> 5\%$  maka :

$H_0$  : Diterima (Semua variabel independen tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen)

$H_a$  : Ditolak (Semua variabel independen memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen)

2) Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau tingkat signifikansi  $\leq 5\%$  maka :

$H_0$  : Ditolak (Semua variabel independen tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen)

$H_a$  : Diterima (Semua variabel independen memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen).

## 3) Uji Parsial (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan atau independen secara individual dalam

menerangkan variasi variabel dependen. (Ghozali, 2015). Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah. Jika menguji variabel yang berpengaruh  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  terhadap  $Y$ , maka digunakan uji t. Berikut adalah kriteria pengujian uji t:

1) Jika signifikansi  $\leq 0,05$  maka  $H_1$  diterima, berarti ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

2) Jika signifikansi  $\geq 0,05$  maka  $H_1$  ditolak, berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. atau dapat menggunakan kriteria sebagai berikut:

a) Apabila  $t_{hitung} \geq (+) t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} \leq (-) t_{tabel}$ , maka hipotesis diterima.

b) Apabila  $(-) t_{tabel} < t_{hitung} < (+) t_{tabel}$ , maka hipotesis ditolak.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA