

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Dalam hal melakukan penelitian jenis penelitian adalah aspek paling berpengaruh.

3.2. Sifat Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan penelitian pengembangan peneliti menambahkan variabel dan indikator yang baru kedalam penelitian sebelumnya dan disempurnakan. Peneliti menambahkan variabel dan indikator baru dan diwaktu juga ditempat penelitian yang berbeda dibandingkan dengan penelitian sebelumnya.

3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian yang mengangkat judul mengenai “Pengaruh *customer rating*, pengiklanan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada pengguna shopee di Kota Batam” dilakukan kepada penduduk didaerah kecamatan Lubuk Baja kota Batam tahun 2021.

3.3.2. Periode Penelitian

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

Kegiatan	Waktu Kegiatan													
	Sep-21	Okt-21					Nov-21			Des-21			Jan-21	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Pengajuan Judul	■													
Pengejaan Bab I		■	■	■										
Pengejaan Bab II					■	■	■							
Pengejaan Bab III							■	■	■					
Penyebaran kuesioner									■	■				
Mengelola data											■			
Pengejaan Bab IV												■		
Pengejaan Bab V													■	
Pengumpulan Skripsi														■

Sumber: Peneliti (2021)

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi bisa dikatakan sebagai keseluruhan dari suatu bagian yang telah di generalisasi terhadap objek yang memiliki mutu dan karakter yang sesuai dengan kualifikasi dari peneliti. Pada penelitian kali ini yang dijadikan populasi adalah penduduk Kecamatan Lubuk Baja yang jumlahnya tidak diketahui oleh peneliti.

3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel memiliki definisi yaitu bagian dari karakteristik atau jumlah yang secara sengaja atau tidak sengaja dipilih untuk mewakili keseruhan anggota dalam populasi (Sugiyono, 2017:81). Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan maka penelitin mengaplikasikan rumus Jacob Cohen sebagai berikut:

$$n = \frac{L}{f^2} + u + 1 \quad \text{Rumus 3. 1} \text{ Jacob Cohen}$$

Sumber: (Hikmah, 2020)

Keterangan :

N = total sampel

$f^2 = Effect\ size$ atau ukuran = 0.1

u = Tingkat ubahan pada penelitian = 5

L= table t.s 1% , power (p) 0.95 dan u 5 = 19.76

$$n = \frac{19.76}{(0.1)} + 5 + 1 = 203.6 = \text{Dibulatkan menjadi } 204$$

3.4.3. Teknik *Sampling*

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti kali ini teknik yang digunakan yakni *purposive sampling* serta *non probability sampling* (Sugiyono, 2019: 131). Metode *purposive sampling* adalah memasukan setiap unsur yang ada pada bagian populasi kemudian akan dipilih menggunakan kriteria sebagai penyaring apakah unsur tersebut layak menjadi sampel. Metode *non probability sampling* adalah ketidakadaan kesetaraan antara setiap unsur didalam populasi untuk menjadi sampel.

Terdapat syarat untuk menjadi sampel dalam penelitian ini antara lain :

1. Para responden merupakan pengguna aplikasi Shopee di Kota Batam kecamatan Lubuk Baja.
2. Merupakan mereka yang sudah pernah berbelanja di aplikasi Shopee minimal 2 kali.
3. Responden berusia >17 tahun.

Perolehan total sampel pada penelitian ini adalah 203.6 kemudian dibulatkan menjadi 204 orang yang didapatkan dari perhitungan dengan pengaplikasian rumus Jacob Cohen.

3.5. Sumber Data

Peneliti dalam penelitiannya kali ini mengambil sumber data bersifat primer juga sumber data yang sifatnya sekunder. Data terkumpul atau diperoleh langsung dari lapangan juga didapatkan dari beberapa media terpercaya. Adapun sumber data primer diperoleh dari pengguna Shopee di Kota Batam khususnya kecamatan Lubuk Baja. Data sekunder diperoleh dari berbagai riset dan survey yang dilakukan oleh organisasi pada bidangnya guna memperoleh data per variabel.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2017:224) dalam hal mendapatkan atau mengumpulkan informasi dari responden cara paling potensial adalah dengan teknik pengumpulan data. Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti angket atau kuesioner tertutup yang dijadikan sebagai media atau alat untuk mendapatkan data. Angket atau kuesioner dipilih untuk mengetahui bagaimana respon para responden. Dalam prosesnya, kuesioner atau angket menggunakan skala likert yang digunakan untuk mempermudah responden dalam menjawab pertanyaan. Adapun indikator yang aplikasikan untuk menimbang jawaban dari responden tentang suatu fenomena dengan skala likert.

Tabel 3. 2 Skala Pengukuran (Likert)

Jawaban	Singkatan	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Kurang Setuju	KS	2
Sangat tidak setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono dalam (Lahat, M. A., Santosa. J, 2018)

3.7. Operasional Variabel Penelitian

Mendefinisikan variabel pada dasarnya sama dengan sama halnya dengan variabel untuk setiap disiplin ilmu atau bidang. Variabel didefinisikan sebagai suatu yang penting (mempunyai nilai) juga bisa diukur, baik yang berwujud maupun tidak berwujud (Chandrarini, 2017:82).

3.7.1. Variabel bebas

Menurut Giovani (2020: 148) variabel bebas atau juga disebut eksogen adalah variabel dimana ia dapat secara langsung mempengaruhi variabel yang lain dan memiliki nilai ukurnya. Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini terdapat pula tiga variabel bebas yakni:

3.7.1.1. *Customer rating* (X1)

Indikator menurut (Lestari, 2020) adalah sebagai berikut:

1. Kesadaran
2. Frekuensi
3. Perbandingan
4. Menyenangkan

3.7.1.2. Pengiklanan (X2)

Terdapat 4 indikator pengiklanan yang efektif dinyatakan oleh (Burhanuddin, 2017) diantaranya yaitu:

1. Menarik
2. Menghasilkan suatu tindakan,
3. Dapat menimbulkan perhatian

4. Dapat menimbulkan keinginan

3.7.1.3. Kualitas Pelayanan(X3)

Menurut (William & Purba, 2020) mengelompokan indikator kualitas pelayanan dan kemudia ia merangkumnya menjadi 5 indikator yang diantaranya:

1. Tangible
2. Reliability
3. Responsiveness
4. Assurance
5. Empathy

3.7.2. Variabel Terikat

Manurut Giovani (2020:148) variabel terikat yang bisa juga disebut sebagai endogen ialah variabel dimana secara langsung terpengaruh oleh variabel eksogen atau bebas dan juga nilainya bersifat bergantung pada variabel lainnya. Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdapat hanya satu variabel terikat yakni:

3.7.2.1. Keputusan Pembelian(Y1)

Menurut Kotler dan Kevin Lane Keller dalam (Patmala & Fatimah, 2021) ada beberapa indikator ketika menentukan keputusan pembelian:

1. Metode Pembayaran
2. Jumlah pembelian
3. Waktu pembelian
4. Pemilihan tempat penyalur
5. Pemilihan merk
6. Pemilihan produk

Tabel 3. 3 Operasional variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	<i>Customer rating</i> (X1)	Menurut (Eliska Sri Putri,2019) <i>customer rating</i> adalah hasil pendapat dari para konsumen yang telah melakukan pembelian yang mana dipublikasikan dalam bentuk skema peringkat atau dalam bentuk bintang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesadaran 2. Frekuensi 3. Perbandingan 4. Menyenangkan 	Likert
2	Pengiklanan (X2)	Menurut (Novia dan Erica,2019) Pengiklanan adalah sebuah strategi yang mana digunakan oleh seseorang atau sebuah organisasi untuk mengenalkan sebuah informasi tentang suatu produk ke khalayak ramai.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menarik 2. Menghasilkan suatu tindakan, 3. Dapat menimbulkan perhatian 4. Dapat menimbulkan keinginan 	Likert
3	Kualitas pelayanan (X3)	Menurut (Alfi Syahri dan Nur Rahmah, 2017) Kualitas pelayanan adalah suatu kinerja yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain. Tindakan ini bisa berupa pemberian rasa puas non materi yang dirasakan oleh calon konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tangible 2. Reliability 3. Responsiveness 4. Assurance 5. Empathy 	Likert
4	Keputusan Pembelian (Y)	Menurut (Adnan,2018) Keputusan pembelian adalah hasil akhir dari pilihan seseorang yang memutuskan untuk menggunakan produk tersebut atau tidak. Keputusan itu diambil dan dipilih dari beberapa alternatif lainnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metode Pembayaran 2. Jumlah pembelian 3. Waktu pembelian 4. Pemilihan tempat penyalur 5. Pemilihan merek 6. Pemilihan produk 	Likert

Sumber: Penelitian (2020)

3.8. Metode Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2017: 243) data yang diolah pada dasarnya sudah pasti mengarah pada tujuan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan permasalahan serta untuk melakukan uji kebenaran atas dugaan sementara yang telah ditetapkan oleh peneliti. Untuk melakukan olah data peneliti menggunakan SPSS (Statistical Product and Service Solutions) sebagai metode untuk mengolah analisis data.

3.8.1. Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2017:143) dalam mengolah data pada analisis yang satu ini mengacu pada metode analisa dengan fokus pada cara menggambarkan atau menjelaskan tentang hasil data guna mendapatkan simpulan yang lebih menyeluruh. adapun rumus yang diaplikasikan dalam hal untuk mencari tahu rentang skala:

$$RS = \frac{n(m-1)}{5}$$

Rumus 3. 2 Rentang Skala

Keterangan:

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap item

RS = rentang skala

$$RS = \frac{204(5 - 1)}{5} = 163.2$$

Dalam hal untuk mengetahui nilai rentang skala hal yang paling penting yakni mendapatkan nilai paling rendah dan nilai paling tinggi.

Tabel 3. 4 Rentang skala

No	Skor	Skor Positif
1	204-367,2	Tidak Setuju
2	368,2-531,4	Tidak cukup Setuju
3	532,4-695,6	Netral
4	696,6-858,8	Cukup Setuju
5	859,8-1022	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti (2021)

3.8.2. Uji Kualitas Data

Instrumen terpenting dalam sebuah penelitian adalah mengenai data yang diolah. Maka pengujian tentang kualitas dari data tersebut juga sangat harus diperhatikan.

3.8.2.1. Uji Validitas

Didalam uji ini difungsikan untuk mencari tahu sebuah titik ketepatan yang bisa berguna untuk mengetahui apakah ada kesamaan diantara pada obyek sama dengan data dipelaporan. Jika Kesamaan dinyatakan ada maka itu adalah bukti bahwa data tersebut Valid (Sugiyono, 2019:361). Rumus *Product moment* yang digunakan untuk mengetahui nilai koefisien adalah sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{n(\sum XY - (\sum X)(\sum Y))}{\sqrt{\{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}}$$

Rumus 3. 3 Product moment angka dasar

Sumber: (Sugiyono, 2019)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien antar korelasi X dan Y

n = Jumlah subjek

$\sum xy$ = Jumlah perkalian X dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah Kuadrat X

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat Y

Peneliti menggunakan software SPSS untuk menentukan valid atau tidaknya data yang diteliti. Cara perbandingannya adalah dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} , data dikatakan valid jika nilai dari $r_{hitung} >$ dari pada r_{tabel} . Data dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} <$ dari pada r_{tabel} .

3.8.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut Hajar pada (Sugiyono, 2019:266) reliabilitas ialah salah satu instrumen yang mengarah pada hasil yang sama atau konsisten walaupun instrumen tersebut diuji beberapa kali dari orang yang sama pada periode waktu yang berbeda.

Ada teknik untuk menguji reliabilitas dengan cara membelah dua yang dikemukakan oleh *Conbranch Alpha*. Berikut adalah rumusnya:

$$r_{II} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum ab^2}{at^2} \right] \quad \text{Rumus 3.4 Conbranch Alpha}$$

Sumber : (Sugiyono, 2019)

Keterangan :

r_i = Reliabilitas internal keseluruhan

r_b = korelasi antara belahan pertama dan kedua

Apabila korelasinya mencapai titik 0.6 maka bisa dipastikan bahwa tingkat reliabelnya cukup baik, sedangkan sebaliknya jika titiknya kurang dari 0.6 maka bisa dipastikan tingkat reliabelnya kurang baik atau tidak reliabel.

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

Dalam uji ini ada beberapa pengujian yang menjadi persyaratan dan harus dipenuhi diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolonieritas, uji

heteroskedastisitas. Ketiga uji ini wajib bisa dipenuhi dan dinyatakan lulus agar dapat melanjutkan pengujian regresi linear berganda.

3.8.3.1. Uji Normalitas

Grafik analisis yang melihat histogram kemudian menjadikan data sebagai pembanding untuk data yang dalam pengamatan dan data pada distribusi yang mendekati nilai normalitas (Ghozali, 2018: 161-163). Peneliti menguji normalitas dengan 3 metode yang berbeda yaitu dengan uji Kolmogorov-Smirnov, uji *histogram* dan uji *normal probability plot*.

Dalam pengujian normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov adapun nilai 0,05% merupakan taraf signifikansi. Menurut Cyrus R. Mehta dan Nitin R. Patel dalam IBS SPSS *Exact test* menjelaskan bahwa idealnya sebuah penelitian menggunakan exact P value dalam exact test pada tiap penelitian dan memiliki ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila exact sig (2-tailed) > dari pada 0,05 bisa dinyatakan lolos dalam pengujian.
2. Apabila exact sig (2-tailed) < dari pada 0,05 bisa dinyatakan tidak lolos dalam pengujian.

Pada uji normalitas dengan menggunakan *histogram* memiliki ketentuan dan syarat untuk dinyatakan data berdistribusi normal adalah ketika kurva pada gambar menggambarkan bentuk lonceng. Sebaliknya jika kurva pada gambar tidak berbentuk lonceng melainkan melenceng ke kiri dan kekanan maka data dikatakan tidak lulus pengujian ini.

Dalam pengujian dengan menggunakan *normal probability plot* memiliki

ketentuan dan syarat untuk dinyatakan data berdistribusi normal adalah ketika data hasil pengujian pada gambar menampilkan titik-titik pola berada didekat atau mengarah pada garis diagonal. Begitu pula sebaliknya data dikatakan tidak lolos pengujian jika titik pola tidak berada didekat atau mengarah pada garis diagonal.

3.8.3.2. Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2018: 107-108), titik tujuan dari pengujian ini tertuju pada ingin mencari tahu apakah ada hubungan diantara variabel bebas. Bila tidak terdapat gejala dari multikolinearitas atau hubungan diantara variabel bebas maka model regresi ini bisa dibilang berjalan dengan baik. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas menggunakan pengujian Glejser dengan dasar penarikan antara lain.

1. Adanya indikasi multikolinieritas jika nilai dari *tolerance* $< 0,10$.
2. Tidak adanya indikasi multikolinieritas jika nilai dari *tolerance* $> 0,10$.
3. Nilai VIF Atau faktor varian inflasi $> 0,10$ dinyatakan ada gejala multikolinieritas.
4. Nilai VIF Atau faktor varian inflasi $< 0,10$ dinyatakan tidak ada gejala multikolinieritas.

3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018: 137) pengujian ini bertujuan agar bisa menjadi detektor ketidaksamaan varian (*variance*) residual per periode ke periode observasi lain. Tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian maka model regresi dikatakan baik. Upaya untuk mengetahui apakah terjadi heteroskedastisitas

adalah dengan cara mengorelasikan nilai *absolute* residualnya dengan variabel bebas yang lain. Melalui *glejser*, variabel bebas harus bernilai signifikansi $\geq 0,05$ untuk bisa dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian tersebut.

3.8.4. Uji Pengaruh

3.8.4.1. Uji Regresi Linier Berganda

Dalam analisis ini memiliki fungsi sebab jumlah variabel dalam penelitian ini melebihi satu. Menurut (Ghozali, 2018: 95) umumnya analisis ini mengulik tentang kohesi pada variabel X dan Y. Analisis regresi linear berganda disini berfungsi guna mencari tahu seberapa jauh pengaruh *customer rating*, pengiklanan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2x_2 + b_3x_3 \dots + b_nx_n \quad \text{Rumus 3. 5 Regresi Linier Berganda}$$

Sumber : (Sanusi, 2017: 135)

Keterangan:

Y: Return Saham

a: Nilai Konstanta

b: Nilai Koefisien Regresi

X_1 : *Customer rating*

X_2 : Pengiklanan

X_3 : Kualitas pelayanan

x_n : Variabel Bebas ke-n

3.8.4.2. Uji Koefisien Determinasi

Menurut (Chandrarini, 2018:97) secara umum (R^2) atau koefisien determinasi memiliki tugas guna mencari tahu seberapa jauh suatu model penelitian mampu dalam hal menafsirkan variabel terikat. Jika R^2 kecil maka variabel bebas didalamnya kurang mewakili variabel terikat (sebab-akibatnya)

sehingga variabel terikat ini kiranya masih terpengaruh dengan variabel bebas lain yang tidak digunakan. Variabel bebas dibidang hampir memberikan semua informasi jika nilai dari koefisien determinasi (R^2) mendekati angka 1. *Adjusted r square* adalah nilai yang diberikan oleh peneliti yang mana nilai terbaik adalah > 0,5 sebab nilai *adjusted r square* berada dikisaran 0-1 (Ghozali, 2018: 98). Menghitung koefisien determinasi diperlukan formula yakni:

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

Rumus 3. 6 Rumus Koefisien Determinasi

Sumber : (Sanusi, 2017: 135)

Keterangan:

D : Koefisien Determinasi

R : Koefisien Korelasi Variabel Bebas dan Variabel Terikat

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1. Uji T

Menurut (Chandrarini, 2018:179), Secara hakikatnya uji t berfungsi sebagai alat untuk mengetahui besaran pengaruh variabel bebas secara individu dengan variabel terikat. Tingkat signifikansi pada uji ini sebesar 5% (0,05). Oleh karenanya, x dinyatakan memiliki pengaruh jika nilai sig nya < 0,05. Adapun kriteria untuk uji t menurut (Ghozali, 2018:99) antara lain:

$$t - \text{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Rumus 3. 7 T hitung}$$

Sumber (Sanusi, 2017: 123)

Keterangan :

r = koefisien

n = Jumlah/ total

1. Hipotesis diterima bila $\text{sig} < 0,05$ dan sebaliknya apabila $\text{sig} > 0,05$ maka tidak diterima.
2. Perbandingan antara nilai statistik t terhadap titik kritis menurut tabel. Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan sebaliknya jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak.

3.9.2. Uji F

Menurut (Ghozali, 2018: 179) secara hakikatnya pengujian f memiliki fungsi guna mencari tahu secara keseluruhan variabel terikat diwaktu yang bersamaan dapat berpengaruh terhadap variabel bebas. Uji ini menekankan pada suatu signifikansi yang menyeluruh tentang satu garis regresi, yang mana apakah Y_1 memiliki hubungan linear terhadap X_1 , X_2 dan X_3 . Pengujian ini juga memiliki signifikansi 5% (0,05). Adapun beberapa syarat untuk memenuhi uji f dan bisa dinyatakan sebagai berikut:

$$f_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad \text{Rumus 3.8 } T \text{ hitung}$$

Sumber (Sanusi, 2017: 126)

Keterangan :

r = koefisien berganda

n = Jumlah/total sample

k = Total variabel bebas

1. Hipotesis akan diterima bila $\text{sig } f < 0,05$ dan hipotesis tidak diterima jika $\text{sig } f > 0,05$.
2. H_0 akan diterima jika $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$ dan sebaliknya H_0 akan ditolak bila $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$.