

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan prosedur kerja sistematis. Desain penelitian merujuk pada seluruh strategi yang dipilih guna mengintegrasikan beragam komponen penelitian. Menurut Jonathan Sarwono dalam (Gide 2018:115). Penelitian ini berjenis kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang bersifat objektif dengan menggunakan metode statistik pada pengujiannya menurut Hermawan dan Yusran dalam (Sutomo and Milyani 2019:112)

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian survey merupakan suatu bentuk aktivitas yang sudah menjadi kebiasaan pada masyarakat. Survey riset disusun berdasarkan pendekatan positivist dalam ilmu sosial. Penelitian survei merupakan bentuk dasar kuantitatif (Adiyanta 2019:700). Dalam penelitian ini digunakan penelitian bersifat penjelasan (*explanatory research*) terkait kedudukan variabel penelitian serta pengaruh variabel dengan variabel yang lainnya. (Pratama 2019:238)

3.3 Lokasi dan Peiode Penelitian

Penelitian dilaksanakan di beberapa Perguruan tinggi di Kota Batam, yaitu Universitas Riau Kepulauan Universitas Internasional Batam, dan Universitas Ibnu Sina. Peneliti memilih lokasi penelitian di beberapa perguruan tinggi di

karenakan banyaknya perguruan tinggi di Kota Batam dan terbatasnya waktu, sehingga hanya memungkinkan mengambil di 3 perguruan tinggi.

3.3.1 Lokasi Penelitian

3.3.2 Periode Penelitian

Periode penelitian dilakukan dari bulan September 2021 sampai dengan Januari 2022. Berikut tabel penelitian sampai dengan penyempurnaan skripsi.

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Keterangan	Bulan				
	Sept	Okt	Nov	Des	Jan
Pengajuan judul					
BAB I					
BAB II					
BAB III					
Penyebaran kuisisioner					
Pengolahan data					
BAB IV					
BAB V					
Penyerahan hasil					

Sumber: Peneliti, 2021

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut sugiyono dalam (Gide 2018:117), penelitian kuantitatif populasi yaitu wilayah generalisasi dari objek atau subjek sesuai karakteristik tertentu yang disusun peneliti guna dikaji lebih lanjut dan disimpulkan. Populasi yang

digunakan yaitu mahasiswa di Kota Batam yang sudah ataupun yang sering melakukan pembelian di Shopee. Dikarna kan jumlah perguruan tinggi di Kota Batam terlalu besar maka peneliti membatasi populasi atas pertimbangan keterbatasan tenaga, waktu, dan biaya. Maka hanya digunakan 3 perguruan tinggi yang ada di Kota Batam sebagai populasi. Dan membatasi hanya mengambil populasi dari program studi manajemen .Adapun jumlah populasi yang diambil dari setiap program studi manajemen di perguruan tinggi Kota Batam yaitu:

Tabel 3.2 Jumlah Mahasiswa Program Studi Manajemen Tahun 2020

No	Nama Perguruan Tinggi	Program Studi	Jumlah
1.	Universitas Riau Kepulauan	Manajemen	482
2.	Universitas Internasional Batam	Manajemen	462
3.	Universitas Ibnu Sina	Manajemen	556
Jumlah			1.500

Sumber: PDDikti, 2020

3.4.2 Teknik Penentuan Jumlah Sampel

Sampel merupakan bagian populasi. Sampel penelitian harus mewakili dan mencerminkan populasi. Pada penelitian ini sampel yang diambil yaitu mahasiswa di Kota Batam yang melakukan pembelian pada Shopee yang diperoleh melalui metode *purposive sampling* dimana menurut Sugiyono dalam (Maharani and Bernard 2018:882) yaitu sampel ditentukan berdasarkan pertimbangan tertentu. Pertimbangan pada teknik *purposive sampling* dalam penelitian ini yaitu sampel merupakan mahasiswa fakultas manajemen di beberapa perguruan tinggi di Kota Batam. Jumlah sampel penelitian diperoleh melalui rumus slovin Juliansyah Noor dalam(Sani 2019:621) yaitu:

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

Rumus 3.1 Rumus Slovin

Sumber: (Sani 2019:621)

Keterangan

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan (eror dalam presentase)

Berdasarkan rumus tersebut maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = 1500 / 1 + 1500 (0,05)^2$$

$$n = 1500 / 1 + 1500 (0,0025)$$

$$n = 1500 / 1 + 1500(0,0025)$$

$$n = 1500 / 4.75 = 315 \text{ responden}$$

Peneliti menyebarkan 315 kuisisioner dengan tujuan kemungkinan tidak kembalinya sebagian kuisisioner yang disebarkan. Dengan kembalinya semua kuisisioner dalam jumlah 315 kuisisioner, maka peneliti menggunakan seluruh kuisisioner yang kembali, sehingga total data yang diolah berjumlah 315 kuisisioner. Penempatan sampel penelitian secara lokasi dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 3.3 Penentuan Sampel Penelitian Berdasarkan Rumus Slovin

No	Universitas	Jumlah Mahasiswa	Sampel
1.	Universitas Riau Kepulauan	482	$482/1500 \times 315 = 102$ sampel
2.	Universitas Internasional Batam	462	$462/1500 \times 315 = 97$ sampel
3.	Universitas Ibnu Sina	556	$556/1500 \times 315 = 117$ sampel

Sumber: Data diolah, 2021

3.4.3 Teknik Sampling

Sampel adalah anggota yang dapat mewakili populasi. Sampel diambil dengan metode *Non Probability Sampling* yaitu pengumpulan data sesuai karakteristik atau sifat tertentu guna mendapat sampel relevan untuk mencapai tujuan penelitian. Pada penelitian ini digunakan teknik purposive sampling, Sugiyono dalam (Pratama, Santoso, and Girahani 2019:184) mendefinisikannya sebagai yaitu penentuan sampel melalui pertimbangan kriteria tertentu. Sehingga peneliti dapat menetapkan sikap dan karakteristik penelitian ini. Ketentuan sampel penelitian yang digunakan yaitu:

1. Responden merupakan mahasiswa pada program studi manajemen pada perguruan tinggi UNRIKA,UIB dan IBSI.
2. Responden pernah atau sering menggunakan aplikasi Shopee

3.5 Sumber Data

Data penelitian berupa data primer dan data sekunder, dengan rincian yaitu:

- A. Data Primer

Data primer merupakan data terkait penelitian yang diperoleh langsung dari responden. Data dikumpulkan dengan teknik:

1. *Interview* (Wawancara)

Teknik ini adalah teknik yang digunakan melalui pengajuan pertanyaan kepada responden ataupun pihak-pihak yang terkait secara langsung atau bertatap muka.

2. Angket (Kuisisioner)

Teknik ini teknik pengumpulan data melalui pendistribusian sejumlah pernyataan kepada responden guna menghimpun data atau informasi secara akurat secara tertulis.

B. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sekumpulan data dari sumber tidak langsung yaitu bukan dari subjek penelitian.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Data penelitian dihimpun dengan metode kuisisioner guna menemukan jawaban responden. Dalam penelitian ini digunakan kuisisioner yang didistribusikan untuk mahasiswa di Kota Batam yaitu UIB, UNRIKA IBSI yang disusun berdasarkan Skala skala *likert*

Skala *likert* adalah skala yang kerap digunakan dalam penelitian survei. Skala *likert* merupakan teknik untuk pengukuran sikap, subjek dimohon untuk mengisi setuju atau ketidaksetujuan terhadap pernyataan-pernyataan yang diberikan. Skala ini memiliki lima angka penilaian menurut Sugiyono dalam (Alim Irhamna 2018:324) yaitu :

Tabel 3.4 Skala Likert

No	Skala Likert	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono dalam (Alim Irhamna 2018:324)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono dalam (Ridha 2017:66), Variabel penelitian yaitu sifat, atribut atau nilai objek sesuai kriteria tertentu untuk diteliti dan disimpulkan. Pada penelitian ini, digunakan dua variabel bebas (independent) dan satu variable terikat (dependen)

3.7.2 Variabel Indpenden

Variabel ini sering disebut variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesias disebut sebagai variable bebas yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Ridha 2017:66). Dalam variabel bebas yang akan digunakan pada saat penelitian ini meliputi kualitas pelayanan (X1) dan promosi (X2).

3.7.2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah senjata perusahaan untuk bertahan dan memenangkan persaingan, namun menurut Triyana dalam (Suryawardana and Yani 2017:262), rata-rata perusahaan dibidang jasa memiliki kualitas yang

seragam. Kualitas pelayanan merupakan kewajiban perusahaan untuk mempertahankan dan meraih kepercayaan konsumen. Pola konsumsi dan lifestyle pelanggan mendorong perusahaan untuk menyajikan pelayanan berkualitas sebagai prioritas utama perusahaan, yang membutuhkan peran seluruh elemen baik internal maupun eksternal perusahaan. Adapun indikator kualitas pelayanan yaitu:

1. Keandalan (*Responsiveness*)
2. Jaminan (*Assurance*)
3. Bukti Fisik (*Tangibles*)
4. Empati (*Empathy*)
5. Keandalan (*Reliability*)

3.7.2.2 Promosi

Promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran yaitu aktifitas pemasaran dengan upaya pendistribusian informasi dengan unsur persuasif agar produk dikenal dan diingat oleh target pasar. Menurut Tjiptono dalam (Ninla Elmawati Falabiba 2019:4) Promosi bertujuan untuk mengajak konsumen untuk turut mengenal, mengakui, membeli, dan loyal pada produk perusahaan tersebut. Adapun indikator ukuran promosi yaitu:

1. Periklanan
2. Promosi Penjualan
3. Hubungan Masyarakat
4. Pemasaran Langsung

3.7.3 Variabel Dependen

Variabel dependen disebut juga variabel output, kriteria, konsekuen. Variable dependen merupakan variable yang menjadi suatu dampak karna adanya variable bebas (Ridha 2017:66) Variable dependen atau variable terikat yang digunakan untuk penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

3.7.3.1 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yang dikemukakan oleh Assauri dalam (Faroh 2017:5–6). Berikut yang termasuk kedalam indikator-indikator keputusan pembelian:

1. Keinginan suatu produk
2. Mengevaluasi sebelum membeli
3. Hasil dari keputusan pembelian
4. Kepuasan konsumen
5. Loyal terhadap produk

Secara keseluruhan variabel, pengertian variabel, indikator variabel, dan skala pengukuran data akan dilampirkan sebagai berikut:

Tabel 3.5 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan (<i>Responsiveness</i>) 2. Jaminan (<i>Assurance</i>) 3. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>) 4. Empati (<i>Empathy</i>) 5. Keandalan (<i>Reliability</i>) 	Diukur melalui kuisioner dan menggunakan skala likert
Promosi (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan 2. Promosi Penjualan 3. Hubungan Masyarakat 4. Pemasaran Langsung 	Diukur melalui kuisioner dan menggunakan skala likert
Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan suatu produk 2. Mengevaluasi sebelum membeli 3. Hasil dari keputusan pembelian 4. Kepuasan konsumen 5. Loyal terhadap produk 	Diukur melalui kuisioner dan menggunakan skala likert

Sumber: Data Sekunder,2021

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisa Deskriptif

Analisis deskriptif dilaksanakan guna memperoleh gambaran deskriptif untuk menganalisa data melalui penggambaran data yang telah dihimpun dan kemudian menyimpulkannya dalam bentuk yang berlaku di masyarakat umum

(Ajak Rujayat 2018:9). Pada penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS (*Statistic Package for the Social Science*) untuk memperoleh gambaran atau deskripsi jawaban responden pada variabel penelitian

Rumus yang digunakan dalam mencari rentang skala adalah:

$RS = \frac{n(m - 1)}{m}$	Rumus 3.2 Rentang Skala
---------------------------	--------------------------------

Sumber: Umar dalam (Hanggita 2018:170)

Keterangan:

RS = Rentang Skala

n = Jumlah Sampel

m = Jumlah alternatif jawaban

Dari rumus 3.2 diatas, maka rentang skala untuk penelitian ini dihitung sebagai berikut:

$$RS = 315 (5-1) / 5$$

$$RS = 315 (4) / 5$$

$$RS = 252$$

Dari hasil perhitungan rentang skala diatas maka diperoleh hasil:

Tabel 3.6 Rentang Skala

Rentang Skala/Kategori Skor	Kriteria
315-567	Sangat tidak baik/Sangat rendah
568-819	Tidak baik/Rendah
820-1.071	Cukup/Sedang
1,072-1.323	Baik/Tinggi
1.324-1.575	Sangat baik/Sangat Tinggi

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 25, 2021

3.8.2 Uji Kaulitas Data

3.8.2.1 Uji Reabilitas Data

Uji reabilitas adalah alat pengukur kuesioner sebagai indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner yang reliabel menunjukkan adanya jawaban atas pertanyaan yang konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Alat yang digunakan pengukur reabilitas data peneliti ini yaitu SPSS untuk mengukur reliabilitas melalui uji statistic cronbach alpha (α). Menurut Ghozali dalam (Aprisal 2017:818) Suatu variabel termasuk kategori reliabel bila memberikan nilai $\alpha > 0,60$.

3.8.2.2 Uji Validitas Data

Uji validitas yaitu uji pengukur sah atau tidaknya instrument. Kuesioner sah bila pertanyaan dalam kuesioner dapat mewakili objek yang akan diukur melalui kuesioner tersebut. pengujian dilaksanakan melalui komparasi atau perbandingan nilai r hitung dengan r tabel pada *degree of freedom* (df) = $n-k$, n = jumlah sampel dan k = jumlah item. Menurut Ghozali dalam (Aprisal 2017:818),

bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan termasuk valid. Kriteria validitas menurut Wibowo dalam (Syaifullah and Mira 2018:88) yaitu:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dikatakan valid
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dikatakan tidak valid

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Menurut Sujarweni dalam (Yuyun et al. 2020:289) uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel terikat dan variabel bebas berdistribusi normal. Pengujian ditempuh dengan rumus kolmogrov Smirnov satu arah. Distribusi normal suatu data tercermin dari nilai signifikannya. Bila signifikan $> 0,05$ dan sebaliknya.

Pengujian normalitas dilakukan melalui uji *scatter plot* grafik normal *probability plots*, dan histogram *regression residual* dengan kriteria:

1. Dalam *scatter plot*, bila titik tersebar acak di atas atau di bawah nol pada sumbu X dan Y, maka data memenuhi asumsi normalitas.
2. Pada diagram normal P-P plot *regression standardized*, bila titik tersebar sepanjang garis diagonal maka model berdistribusi normal.
3. Menurut histogram *regression residual*, model terdistribusi normal bila membentuk kurva seperti *bell shaped* (lonceng).

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Sujarweni dalam (Yuyun et al. 2020:289) uji normalitas adalah hubungan linier antara beberapa variabel independent sesuai modal. Multikolinearitas koefisien regresi membuat model menjadi tidak tentu, dengan standar yang tidak terhingga sehingga menyebabkan bias pada spesifikasi. Uji multikolinearitas bertujuan menguji adanya korelasi antar variabel bebas pada model regresi. Model regresi, sepatutnya tidak mengandung korelasi antar variabel bebas. Uji multikolinearitas didasarkan pada perhitungan *tolerance value* atau *inflation factor* (VIF). Bila *tolerance value* $> 0,1$ atau $VIF < 10$, maka tidak terindikasi multikolinearitas.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sujarweni dalam (Yuyun et al. 2020:289) mengatakan bahwa uji heteroskedastisitas adalah kondisi diaman varian dan kesalahan pengganggu tidak konstan untuk seluruh variabel bebas. Model regresi seharusnya tidak mengandung heteroskedastistas. Pengujian ditempuh dengan uji Glejser untuk pengujian tingkat signifikasi, untuk merespon variabel bebas melalui nilai *absolut unstandardized residual regresi* variabel terikat. Bila hasil diperoleh level signifikan ($r > 0,05$) maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sujarweni dalam (Yuyun et al. 2020:289) Analisis regresi ganda dilaksanakan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian. Analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran

hipotesis, memprediksi keadaan variabel terikat (keputusan pembelian). Bila variabel independent (kualitas pelayanan dan promosi) sebagai indikator. Dalam analisis ini dilibatkan dua variabel bebas (X_1 dan X_2) dan satu variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini, regresi linier ganda digunakan untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian.

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

Rumus 3.3 Regresi Linier Berganda

Sumber: Sujarweni dalam (Yuyun et al. 2020:289)

Keterangan:

Y = Subjek variabel dependen yang diprediksi dalam hal ini adalah keputusan pembelian

a = Nilai konstanta

$b_1.. b_1$ = Nilai koefisien regresi

X_1 = Variabel independent yaitu Kualitas Pelayanan

X_2 = Variabel independent yaitu Promosi

e = Standar eror

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) dilaksanakan untuk mengukur kemampuan model untuk menggambarkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran tingkat kemampuan model sebagai penerang variabel terikat. Bila nilai (R^2) tinggi (mendekati satu), maka hubungan variabel

bebas (X_1 dan X_2) besar pada variabel terikat (Y). Sehingga model semakin kuat dalam membuktikan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, bila (R^2) rendah (mendekati nol) maka hubungan variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y) juga rendah, sehingga model tidak kuat. Secara umum nilai koefisien determinasi berganda (R^2) pada rentang nilai 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$) (Sabrina 2018:118)

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji T

Sujarweni dalam (Yuyun et al. 2020:290) menyatakan bahwa uji statistic t merupakan ukuran sejauhmana pengaruh satu variabel independent (X) atau variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Y). Dalam uji T kriteria pengujian hipotesis yaitu bila nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$ (5%), Maka variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Tahap pengujian pada uji T yaitu:

1. Penentuan formasi H_0 dan H_1

H_0 : $b_i = 0$, maka variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

H_a : $b_i \neq 0$, maka variabel dependen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

2. Penentuan kriteria pengujian

H_0 diterima bila $T_{hitung} < T_{tabel}$

H_0 di tolak apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$

3.8.5.2 Uji F

Pengujian ini merupakan tahap uji terhadap nilai signifikansi seluruh koefisien regresi secara serempak. Nilai F hitung digunakan untuk melaksanakan pengujian serempak. Nilai f hitung berkaitan erat dengan nilai koefisien determinasi (R^2). Uji F merupakan pengujian signifikansi koefisien determinasi (R^2), Uji F menghasilkan persentase variabel terikat yang dapat dijabarkan oleh seluruh variabel bebas secara bersama, oleh nilai koefisien determinasi (R^2) uji F merupakan penentu baik tidaknya, sedangkan signifikasinya ditentukan oleh uji f dimana semakin tinggi signifikansi dan koefisien determinasi (R^2), maka model semakin baik. Sehingga kriteria yang digunakan yaitu:

$$\begin{aligned} F_{hitung} &\leq t_{tabel} \text{ maka } H_0 \text{ diterima} \\ F_{hitung} &> F_{tabel} \text{ maka } H_0 \text{ ditolak} \end{aligned}$$