

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, kepercayaan konsumen dan persepsi resiko terhadap minat beli. Menurut shields, rangarajan dalam (sinambela & m.m, Dr. Sarton Sinambela, 2021:115) penelitian deskriptif adalah penelitian yang mendeskripsikan karakter dari suatu populasi tentang suatu fenomena yang diamati.

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang penulis gunakan adalah replikasi. Replikasi adalah penelitian yang meniru variabel, indikator, objek penelitian, atau alat analisis yang sama dari penelitian terdahulu.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah kota Batam tepatnya di kecamatan Batu Aji.

3.3.2 Periode Penelitian

Periode penulis selama penelitian dapat di lihat di tabel 3.1 di bawah ini,

3.4.2.1 Teknik Penentuan Besar Sampel

Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui jumlahnya karena banyaknya masyarakat yang berdomisili di kecamatan batu aji dan tidak diketahui berapa jumlah masyarakat yang menggunakan aplikasi shopee, maka dari itu peneliti menggunakan rumus lemeshow yang tidak diketahui jumlah populasinya untuk menentukan besar sampel , rumus lemeshow tersebut seperti di bawah ini:

$$n = \frac{Z\alpha^2 \cdot P \cdot Q}{L^2}$$

Rumus 3.1 Lemeshow

Sumber : (Pane, 2021)

Keterangan

n = Jumlah sampel

$Z\alpha$ = nilai standar dari distribusi =1.96

P = Estimasi proporsi populasi (0,5)

Q = interval dan penyimpanan (0,5)

L = Tingkat Ketelitian 10%

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

Dari perhitungan data diatas, maka sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu 96 responden dan dibulatkan menjadi 100 orang responden

3.4.2.2 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* dalam penelitian ini menggunakan nonprobability sampling, yaitu dengan *convenience sampling*, Dr. sudaryono, (2017: 174) *convenience sampling* merupakan penentuan sampel berdasarkan penarikan sampel dengan kemudahan.

3.5 Sumber Data

Menurut istijanto dalam (sinambela & m.m, Dr. Sarton Sinambela, 202:185) sumber data dapat dibagi menjadi dua kelompok besar yaitu data primer dan sekunder.

3.5.1 Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini dari kusioner yang penulis bagikan kepada responden berserta pengamatan.

a. Kuesioner

Dalam hal ini penulis menyebarkan daftar pernyataan dan penyebaran kusioner kepada responden yaitu masyarakat yang berdomisili di kecamatan batu aji kota Batam.

b. Pengamatan

Dalam hal ini penulis membaca dan mengamati, memahami dan mengetahui kejadian yang sudah dikenal lalu mengatur informasi dan catatan yang dapat membantu penelitian ini

3.5.2 Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari internet

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dan melakukan pengamatan melalui internet di aplikasi shopee dan *playstore* berdasarkan komentar dari pengguna maupun pembeli di toko yang tersedia di Shopee.

Skala penelitian yang digunakan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur tanggapan atau respon seseorang tentang objek sosial dimana tanggapan tersebut mempunyai gradasi dari sangat positif hingga dengan sangat negatif (prof. Dr. Suliyanto, S.E., 2018: 134). Berikut penulis tampilkan tabel skala *likert*.

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu(RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (sinambela & m.m, Dr. Sarton Sinambela, 2021:237)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Definisi Operasional

1. Variabel independen (X)

Dr. sudaryono, (2017: 154) menyatakan dalam bahasa Indonesia Variabel independen sering disebut variabel bebas, variabel bebas adalah variabel yang

menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen/terikat. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen yaitu variabel promosi (X1), variabel kepercayaan konsumen (X2), variabel persepsi resiko (X3).

2. Variabel Dependen (Y)

Dr. sudaryono, (2017: 154) menyatakan variabel dependen dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat, variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah Minat beli (Y). berikut penulis akan menampilkan tabel operasional variabel.

Tabel 3.2 Operasional Variabel

N O	Variabel	Definisi Variabel	Indikator variabel	Skala ukur
1	Promosi (X1)	Promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran, seperti kegiatan dari pemasar yang memperluas informasi, mempengaruhi, mengajak atau mengingatkan target pasar atas perusahaan maupun produknya agar konsumen bersedia menerima, membeli bahkan bersedia mengeluarkan biaya terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. (FAUZI, 2020)	1. Iklan 2. Potongan Harga 3. Pemberian Hadiah 4. Layanan Konsumen	Likert
2	Kepercayaan Konsumen (X2)	Menurut mowen dan minor, kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang di buat konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya (Priansa, 2017)	1. Keamanan 2. Privasi 3. Keadaan perusahaan	Likert
3	Persepsi Resiko (X3)	Menurut Rozana, persepsi risiko adalah kemungkinan produk yang telah dibeli tidak dapat digunakan atau difungsikan sebagaimana mestinya (Harto & Munir, 2021)	1. Resiko Fungsional 2. Resiko Fisik 3. Resiko Finansial 6. Resiko Psikologis 5. Resiko Waktu	Likert
4	Minat beli (Y)	Nurrahmanto mengatakan minat beli itu terciptanya ambisi dalam pikiran konsumen, yang pada akhirnya ketika membutuhkan sesuatu akan mewujudkannya sesuai apa yang di pikirannya. (Siahaan & Sitompul, 2021)	1. Minat Transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial. 4. Minat eksploratif	Likert

Sumber : Penulis Tahun 2021

3.8 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data yang dibantu..dengan program komputer yaitu SPSS versi 26.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Nazir dalam FAUZI (2020) menyatakan bahwa penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Teknik analisis deskriptif digunakan dengan tabel frekuensi supaya dapat lebih mudah memahami hasil nilai komponen penelitian dan kemudian mengambil kesimpulan, cara menghitung nilai komponen mengalihkan seluruh frekuensi data dengan nilai bobotnya.

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

Rumus 3. 2 Rentang skala

Sumber : (Pane, 2021)

Keterangan:

RS = Rentang Skala

n = Jumlah Sampel

M = Jumlah alternatif jawaban per item

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Uji Validitas Item adalah uji statistik yang digunakan untuk menentukan seberapa valid suatu item pertanyaan mengukur variabel yang diteliti (Suhatman *et al.*, 2020)

3.8.2.2 Uji Reliabilitas Data

Uji reabilitas data dipakai untuk menunjukkan seberapa konsisten sebuah data bila di ukur dua kali atau lebih. Uji ini digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas yaitu adanya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi (sinambela & m.m, Dr. Sarton Sinambela, 2021:333).

3.8.3.2 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data (sinambela & m.m, Dr. Sarton Sinambela, 2021:429).

3.8.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan antara dua variabel independen maupun lebih dengan variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memperkirakan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan maupun sebaliknya. (Tilaar *et al.*, 2018)

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

Rumus 3. 3 Regresi Linier Berganda

Sumber: (Pane, 2021)

3.9.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dapat dimengerti sebagai ukuran//yang penting dalam regresi. Determinasi (R^2) menggambarkan besaran nilai pengaruh dari variabel independen terhadap dependen. Nilai R^2 menunjukkan seberapa besar".proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh,,variabel independen

(Siahaan & Sitompul, 2021). Rumus mencari Koefisien Determinasi secara umum adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

Rumus 3. 4 Koefisien Determinasi

Sumber: (Pane, 2021)

Keterangan:

SSR = nilai sum of square dari model regresi

SST = nilai sum of square total

3.9.3 Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial/individu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (sinambela & m.m, Dr. Sartan Sinambela, 2021:442)

3.9.4 Uji Simultan (Uji F)

Digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan/bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Menurut Sujarweni dalam (Pane, 2021) Hipotesis dalam pengujian ini sebagai berikut:

Ho : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas secara versial terhadap variabel terikat

Ha : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.