

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Dalam melakukan penelitiannya, peneliti menggunakan jenis penelitian kausalitas. Jenis penelitian kausalitas adalah penelitian yang dirancang untuk menemukan hubungan sebab-akibat antarvariabel. Dalam jenis kausalitas ini, biasanya peneliti sudah bisa memperkirakan hubungan sebab-akibat sehingga peneliti dapat melakukan klasifikasi variabel penyebab, variabel antara, dan variabel terikat (Sanusi, 2011:14).

Penelitian yang dilakukan peneliti merupakan penelitian jenis kuantitatif dengan tujuan untuk memberitahu mengenai dampak dari variabel independen terhadap variabel dependen yang mana pada penelitian yang disampaikan oleh peneliti mengacu pada hubungan antara kepercayaan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada situs e-commerce lazada dikota Batam (Yuli & Marpaung, 2020:6)

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Sifat penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian replikasi atau penelitian yang menggunakan penelitian terdahulu atau yang sudah ada sebagai pedoman namun tetap menambahkan ide serta gagasan dengan mengubah pengolahan data, mengganti variabel dan merubah cara pengukuran data (Armansyah, Azis, & Evvy Rossanty, 2018:239).

### 3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

#### 3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian didalam penelitian ini ditujukan kepada pengguna aplikasi Lazada di Kota Batam.

#### 3.3.2 Periode Penelitian

Periode penelitian atau lamanya peneliti dalam melakukan penelitian sejak awal sampai selesai tercantum pada Tabel 3.1 dibawah ini :

**Tabel 3.1** Periode Penelitian

Keterangan	September 2021	Oktober 2021	November 2021	Desember 2021	Januari 2021
Pengajuan Judul					
Bab 1					
Bab 2					
Bab 3					
Kuesioner					
Olah Data					
Bab 4					
Bab 5					
Daftar Pustaka					
Daftar Isi					
Abstrak					
Penyerahan Hasil Penelitian					

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Dalam penelitian ini populasi adalah pelanggan yang pernah menggunakan atau mengakses situs Lazada dari aplikasi maupun *website* sebagai alat pembelian. Populasi dalam penelitian ini merupakan orang yang pernah menggunakan situs lazada dalam bertransaksi untuk melakukan pembelian. Menurut Sugiyono dalam (Laely, Djunaedi, & Rosita, 2020:232) Populasi merupakan suatu wilayah yang

digeneralisasikan dengan ciri-ciri tertentu dari subjek atau objek studi dan ditarik kesimpulannya. Populasi juga merupakan sekelompok orang, peristiwa atau hal-hal yang sifatnya tertentu. Populasi juga signifikan untuk semua ukuran, subjek atau individu yang dipelajari. Pada penelitian ini yang dijadikan populasi adalah masyarakat di Kota Batam yang pernah menggunakan situs atau aplikasi Lazada.

### 3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Berdasarkan jumlah populasi yang belum diketahui karena jumlah yang terlalu banyak dan jumlah keputusan pembelian yang bisa berubah kapan saja maka peneliti menggunakan rumus Lemeshow sebagai penentu banyaknya jumlah sampel yang akan digunakan.

Rumus dibawah ini merupakan Rumus Lemeshow yang digunakan peneliti :

$$n = \frac{Za^2 x P x Q}{D^2} \quad \text{Rumus 3.1 Rumus Lemeshow}$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah sampel

$Za$  = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai  $\alpha = 5\% = 1.96$

$P$  = Prevalensi outcome, karena data belum didapat maka dipakai 50% atau 0.5

$Q$  = Maksimal Estimasi (1 - P)

$D$  = Limit dari error atau *Sampling Error* = 10% atau 0.1

Dari rumus diatas maka kita bisa menentukan sampel yang akan digunakan adalah :

$$n = \frac{Za^2 x P x Q}{D^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 (1-0.5)}{(0.1)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.25}{0.01}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.25}{0.01}$$

$$n = 96.04$$

Dari perhitungan diatas jumlah sampel ( $n$ ) yang diperoleh adalah 96.04 atau dibulatkan menjadi 100. Sehingga peneliti mengambil data sampel untuk penelitian ini berjumlah 100 orang atau responden.

### 3.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono dalam (Indriyani & Suri, 2020:28) Sampel adalah beberapa dari populasi yang mewakili karakteristik yang disasar populasi sasaran dalam suatu penelitian. Penentuan ukuran sampel melibatkan penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam suatu penelitian sehingga dapat mewakili populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yakni non probability sampling berupa accidental sampling yaitu teknik untuk menentukan sampel dengan menggunakan responden yang ada pada saat itu sesuai dengan kebutuhan penelitian. Teknik Dalam melakukan pengumpulan data adalah menggunakan survei dengan instrumen kuesioner, karena dapat diberikan kepada responden yang berjumlah banyak dengan waktu yang relatif singkat. Teknik tersebut digunakan karena jumlah konsumen Lazada yang sangat banyak sehingga sulit untuk mengidentifikasi konsumen satu persatu.

### **3.5 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian didapatkan dengan cara mengumpulkan data melalui survei menggunakan kuesioner, dengan cara menanyakan pertanyaan secara langsung kepada responden tanpa kehadiran peneliti namun peneliti diwakili oleh daftar pertanyaan yang dibuat sesuai dengan tema penelitian (Sanusi, 2011:109). Data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut (Sanusi, 2011:104) data primer adalah data yang dicatat dan dikumpulkan pertama kali oleh peneliti dalam kasus ini peneliti secara langsung mengajukan pertanyaan kepada responden yang pernah menggunakan situs Lazada sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia dalam kasus ini peneliti mengambil data resmi yang tersedia dari internet maupun hasil penelitian yang sudah dipublikasikan sebelumnya.

### **3.6 Metode Pengambilan Data**

Pengumpulan atau pengambilan data merupakan salah satu hal utama dalam melakukan penelitian, karena dengan adanya data maka penelitian bisa terjadi dan terlaksana. Menentukan teknik pengumpulan data sangat memengaruhi kualitas dari suatu penelitian, sehingga sangat penting bagi peneliti memilih teknik yang tepat sehingga data yang diolah nantinya akan maksimal (Sugiyono, 2014:137).

Teknik pengambilan data sendiri dapat dilakukan dengan cara survei yang terbagi menjadi dua yaitu wawancara dan kuesioner, dengan cara observasi, dan dengan cara dokumentasi (Sanusi, 2011:105-114). Dalam melakukan

pengumpulan data, peneliti menggunakan survei dengan instrumen kuesioner, karena dapat diberikan kepada responden yang berjumlah banyak dengan waktu yang relatif singkat.

### **3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Dalam kegiatan penelitian, memilih variabel merupakan salah satu hal penting yang tidak dapat ditinggalkan atau bahkan harus dilakukan dengan benar dalam proses penelitian. Variabel penelitian merupakan objek yang akan diamati dalam penelitian yang didalamnya memiliki faktor yang berperan dalam peristiwa yang akan diteliti (Ulfa, 2019:344). Didalam penelitian yang dilakukan peneliti terdapat variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat).

#### **3.7.1 Variabel Independen**

Variabel independen atau yang biasa disebut variabel bebas adalah variabel yang dapat memengaruhi, artinya variabel independen dapat menyebabkan atau secara teoritis memungkinkan mempengaruhi variabel lain. variabel independen biasanya ditulis dengan huruf X (Ulfa, 2019:346). Variabel independen dari penelitian yang dilakukan peneliti adalah Kepercayaan (X1) dan Promosi (X2).

##### **3.7.1.1 Kepercayaan**

Kepercayaan adalah kepercayaan merupakan sarana untuk memperoleh kredibilitas yang dapat menarik konsumen (Nasir, 2019:64). Terdapat lima indikator untuk mengukur kepercayaan menurut (Amalia Fhonna & Utami, 2018:23), yaitu:

1. Pengalaman yang baik,
2. Informasi yang berguna,
3. Aman dan dapat diandalkan,
4. Mudah dipercaya,
5. Mendapatkan kepuasan.

### **3.7.1.2 Promosi**

Menurut (Irawan, 2020:142) promosi merupakan upaya untuk mengubah sikap atau perilaku penerima untuk membujuk mereka agar menerima konsep yang diajukan. Menurut (Indah Sari & Raymond, 2021:3) ada tiga indikator untuk mengukur promosi, yaitu:

1. Iklan
2. Promosi Penjualan
3. Publisitas

### **3.7.2 Variabel Dependen**

Variabel dependen atau yang biasa disebut variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi, artinya variabel dependen akan mengalami perubahan jika variabel lain berubah. Variabel dependen biasanya ditulis dengan huruf Y (Ulfa, 2019:347). Didalam penelitian yang dilakukan peneliti hanya terdapat satu variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y).

#### **3.7.2.1 Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian adalah pilihan individu dalam menentukan segala sesuatu yang mempunyai alternatif untuk dipilih (Satriyono, 2019:84). Ada empat

indikator yang mengukur keputusan pembelian menurut (Rachmayanti & Utami Ady, 2018:31), yaitu:

1. Pengenalan kebutuhan
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi Alternatif
4. Perilaku pasca membeli

Sehingga dari data diatas yang menunjukkan variabel independen dan variabel dependen dapat dibuat tabel operasional variabel penelitian sebagai berikut :

**Tabel 3.2** Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Pengertian	Indikator	Skala
Kepercayaan (X1)	Kepercayaan adalah kepercayaan merupakan sarana untuk memperoleh kredibilitas yang dapat menarik konsumen	1. Pengalaman yang baik, 2. Informasi yang berguna, 3. Aman dan dapat diandalkan, 4. Mudah dipercaya, 5. Mendapatkan kepuasan.	Skala Likert
Promosi (X2)	Promosi merupakan upaya untuk mengubah sikap atau perilaku penerima untuk membujuk mereka agar	1. Iklan 2. Promosi Penjualan 3. Publisitas	Skala Likert

	menerima konsep yang diajukan.		
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah pilihan individu dalam menentukan segala sesuatu yang mempunyai alternatif untuk dipilih	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan kebutuhan</li> <li>2. Pencarian Informasi</li> <li>3. Evaluasi Alternatif</li> <li>4. Perilaku pasca membeli.</li> </ol>	Skala Likert

### 3.8 Metode Analisis Data

Analisis data adalah teknik analisis yang menjabarkan tentang hal yang akan digunakan sebagai peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya (Sanusi, 2011:110). Untuk mendapatkan hasil yang maksimal, maka dibutuhkan metode analisis yang tepat. Peneliti juga menggunakan alat bantu untuk menguji data yang sudah didapatkan dan akan dianalisis menggunakan SPSS (*Statistic Package for the Social Sciences*) versi 25. SPSS merupakan software pengolahan data statistik yang dapat memudahkan penelitian.

#### 3.8.1 Statistik Deskriptif

Menurut (Sinambela, 2014:189) Statistik deskriptif menganalisis data dengan menggambarkan data kemudian mengumpulkan data apa adanya dengan tidak meringkas kesimpulan. Pada analisis deskriptif yang dilakukan peneliti terdapat pembahasan tentang Kepercayaan (X1) dan Promosi (X2) sebagai variabel bebas dan Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel terikat.

Statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan data dari variabel yang diteliti yang didapat dari tanggapan yang diberikan oleh responden dari kuesioner yang telah diberikan oleh peneliti.

Untuk menentukan kriteria analisis deskriptif dapat menggunakan rentang skala. Rentang skala digunakan untuk menjelaskan interpretasi penilaian konsumen. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk mencari rentang skala.

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

**Sumber:** (Sujarweni, 2019:164)

Keterangan :

$RS$  = Rentang Skala

$n$  = Jumlah Sampel

$m$  = Jumlah alternatif jawaban

Dari rumus diatas, rentang skala peneliti dalam peneltian dapat dilihat sebagai berikut:

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

$$RS = \frac{100(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{100(4)}{5}$$

$$RS = \frac{400}{5}$$

$$RS = 80$$

Rentang skala yang didapatkan peneliti adalah 80, sehingga dari perhitungan diatas, maka dapat dapat dituliskan deskripsi dari jawaban responden sebagai berikut:

**Tabel 3.3** Rentang Skala Penelitian

NO	Rentang Kategori	Kriteria
1	100-180	Sangat Tidak Baik
2	181-261	Tidak Baik
3	262-342	Cukup Baik
4	343-423	Baik
5	424-504	Sangat Baik

**Sumber :** Peneliti, 2021

### 3.8.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### 3.8.2.1 Uji Validitas

Data yang didapat dari responden harus memiliki tingkat akurasi yang tinggi sehingga penelitian bisa dikatakan valid. Menurut Sanusi dalam (M. Amin & Hendra, 2020:86) suatu data dikatakan valid jika instrumen mengukur apa yang seharusnya diukur, sebagai contoh jika kuesioner maka pertanyaan yang dibuat harus dapat mengukur nilai-nilai yang sesuai dengan penelitian. Validitas atau kesahihan digunakan untuk memberitahu sejauh mana alat ukur dapat mengukur suatu kejadian atau fenomena (Marlina AZ, 2018:120).

Validitas didapatkan dengan mengkorelasikan setiap skor dari pertanyaan atau pertanyaan dengan total skor. Rumus yang digunakan untuk

membuktikan kesahihan sebuah data dan mencari nilai korelasi adalah rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad \textbf{Rumus 3.3 Pearson Product Moment}$$

Sumber : (Sanusi, 2011:77)

Keterangan :

$r$  : Koefisien korelasi

$X$  : Skor butir

$Y$  : Skor total butir

$N$  : Jumlah sampel (responden)

### 3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memiliki fungsi untuk mengetahui konsistensi pengukuran bila dilakukan pengecekan kembali terhadap objek yang sama. Kuesioner bisa disebut reliabel apabila jawaban yang diberikan responden konsisten dari waktu ke waktu (M. Amin & Hendra, 2020:86). Realibilitas untuk mengetahui apakah pengukuran tetap sana jika dilakukan pengulangan dalam pengukuran terhadap gejala yang sama dan alat pengukurnya pun sama (Marlina AZ, 2018:120).

Dalam menentukan reliabilitas sebuah data digunakan metode *Cronbach Alpha* (Sujarweni, 2019:158) sebagai berikut :

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right) \quad \textbf{Rumus 3.4 Cronbach Alpha}$$

Keterangan :

$r_{11}$  = Realibilitas Instrumen

$k$  = Jumlah Butir Pernyataan

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah Butir Varian

$\sigma t^2$  = Total Varian

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi digunakan untuk melihat regresi dan korelasi data yang mengikuti prinsipis *Best Linier Unbiased Estimator (BLUE)*. Persyaratan minim yang wajib untuk mendapatkan *BLUE* ada dalam data yakni uji hipotesis. Pedoman *BLUE* terlaksana jika suatu perangkat yang digunakan untuk mengumpulkan data, bentuk data, dan data lainnya diteruskan pada kegiatan berikutnya setelah dikumpul perolehan data awal sehingga data yang tidak ada menjadi ada (Agung, 2012:61).

#### 3.8.3.1 Uji Normalitas

Data dapat dibidang terdistribusi dengan normal jika data tersebar dengan normal yang dapat mewakili populasi. Uji normalitas adalah uji untuk mengukur atau melihat apakah data tersebar dengan normal atau data tidak tersebar dengan normal. Uji normalitas dapat dilihat dengan melakukan uji *Komologrov-Smirnov*. berdistribusi normal namun jika  $< 0,05$  maka variabel tidak terdistribusi dengan normal (Sujarweni, 2019:225).

Data yang tersebar normal akan membuat kurva yang berbentuk lonceng. Uji bisa dilihat melalui diagram Normal *P-Plot Regression Standarized* dimana letak titik bermula disekitar garis. Akan tetapi untuk meyakinkan apakah data tersebar dengan normal maka dapat digunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (Agung, 2012:72).

### **3.8.3.2 Uji Multikolinearitas**

uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui jika ada penyimpangan asumsi klasik. Jika model persamaan memiliki tanda multikolinieritas dapat dilihat dari variabel independen yang berkolerasi. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factors* (VIF) dimana karakteristik pengujiannya adalah jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen namun sebaliknya jika VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas (Agung, 2012:72).

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apabila ada variabel independen yang mirip dengan variabel independen suatu model. Pengujian bisa dilakukan dengan cara mengamati nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), jika nilai vif diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas (Sujarweni, 2019:158).

### **3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji sebuah model regresi apakah terjadi ketdiaksamaan varians residual dari pengamatan yang lain. Model regresi dikatakan baik apabila nilai sig > nilai alphanya (0,05) dapat dikatakan model tidak mengalami heteroskedastisitas (Agung, 2012:72).

## **3.8.4 Uji Pengaruh**

### **3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis ini bisa digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang akan menjasdi persamaan linier berganda yang juga dapat digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis (Sujarweni, 2019:160). Analisis linier berganda memiliku tujuan untuk memberitahu hubungan kausalitas antara variabel independen dan variabel dependen dan

memperkirakan nilai variabel dependen berdasarkan variabel dependen. (M. Amin & Hendra, 2020:87)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \quad \text{Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda}$$

Sumber : (Sujarweni, 2019:160)

Keterangan :

$Y$  = Variabel Dependen (Keputusan Pembelian)

$a$  = Nilai Konstanta

$b$  = Nilai Koefisien Regresi

$x_1$  = Variabel Independen Pertama (Kepercayaan)

$x_2$  = Variabel Independen Kedua (Promosi)

$X_n$  = Variabel Ke N

$a$  = Konstanta

#### 3.8.4.2 Uji R<sup>2</sup> (Analisis Determinasi)

Uji R<sup>2</sup> digunakan untuk melihat kemampuan model dalam memperkirakan perubahan pada variabel dependen. Jika R<sup>2</sup> membesar maka perubahan variabel dependen yang dipengaruhi variabel independen semakin tinggi namun jika R<sup>2</sup> mengecil maka perubahan variabel dependen yang dipengaruhi variabel independen semakin kecil. (Sujarweni, 2019:164) mengatakan bahwa R<sup>2</sup> digunakan untuk memahami variabel independen dalam model regresi secara bersamaan memengaruhi variabel dependen (Agung, 2012:135)

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{SSR}{SST} \quad \text{Rumus 3.6 Koefisien Determinan}$$

Sumber: (Sanusi, 2011:136)

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien Determinasi

$SSR$  = Sum of squares regression

$SST$  = Sum of squares Total

### 3.9 Uji Hipotesis

#### 3.9.1 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas kepada variabel terikat.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

**Sumber:** (Sanusi, 2011:152)

Keterangan:

t = Nilai uji t

r = Koefisien korelasi *pearson*

$r^2$  = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

Kriteria dalam penilaian Uji t sebagai berikut :

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka  $H_o$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang berarti bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. (Sanusi, 2011: 137)

### 3.9.2 Uji f

Uji F disebut juga sebagai uji signifikansi koefisien regresi secara serempak (Uji Model). Uji F berhubungan erat dengan  $R^2$  sehingga pada saat melakukan Uji F sebenarnya menguji  $R^2$ . Uji F dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis nol dan alternatif
2. Menghitung nilai F
3. Membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{tabel}$  yang ada.
4. Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti seluruh variabel independen secara simultan merupakan penjelasan signifikan terhadap variabel dependen.
5. Jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$  dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka  $H_o$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang berarti seluruh variabel independen tidak secara simultan merupakan penjelasan signifikan terhadap variabel dependen. (Sanusi, 2011:137)