

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian terbagi menjadi dua jenis yakni data kualitatif dan data kuantitatif. (Sugiyono, 2019) mengatakan data kualitatif adalah sebuah data yang menjelaskan keterangan-keterangan dalam menjabarkan permasalahan. Sedangkan, kuantitatif adalah data yang cara menjabarkan atau mendefinisikan permasalahan melalui dihitung atau berupa angka-angka statistik melalui penyebaran kuesioner dan persetujuan hingga tidak persetujuan. Pada penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif deskriptif yakni penelitian yang menggunakan data statistik dalam pengolahan data permasalahannya. Data yang dicari yakni hubungan antara variabel daya tarik iklan, kualitas produk dan promosi terhadap variabel independen yakni keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee. Data statistik ini diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dengan kuesioner skala *likert*.

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Penelitian ini merupakan bersifat penelitian replikasi, yaitu penelitian sejenis yang dilakukan kembali tetapi dengan sampel, variabel, dan periode waktu yang berbeda. Penelitian replikasi bertujuan untuk mengetahui keabsahan teori dan penelitian sebelumnya dengan menjawab masalah penelitian yang sama dalam kondisi yang berbeda dengan kondisi yang berbeda. objek penelitian.

### 3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

#### 3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian pada objek *e-commerce* Shopee dilakukan di Perum.Kotamas Marina, Kel.Tj Riau, Kec.Sekupang, Kota Batam.

#### 3.3.2 Periode Penelitian

Periode yang akan dilakukan sebagai durasi penelitian dilaksanakan dapat digambarkan pada tabel berikut.

**Tabel 3. 1** Periode Penelitian

Kegiatan	September				Oktober				November				Desember				Januari			
	2022				2022				2022				2022				2022			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Menentukan Judul	■	■																		
Studi Kepustakaan		■	■	■																
Pembuatan Bab 1 – Bab 3			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
Penyebaran Kuesioner									■	■	■	■	■	■	■	■				
Pengolahan Data													■	■	■	■				
Pembuatan Bab 4 – Bab 5															■	■	■	■	■	■
Pengumpulan Skripsi																	■	■	■	■

Sumber : Data Penelitian, 2022

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019) populasi adalah sebuah wilayah yang memiliki karakteristik tertentu yang menjadi wilayah generalisasi sebuah pengambilan sampel dan menjadi area yang akan dijadikan penelitian. Pada penelitian ini

menetapkan wilayah generalisasi pada pada masyarakat Perum.Kotamas Marina, Kel.Tj Riau, Kec.Sekupang yang berjumlah 137 jiwa. Berikut data populasi Perum.Kotamas Marina :

**Tabel 2. 2** Jumlah Kepala Perum.Kotamas Marina

No	Blok Perum.Kotamas Marina	Jumlah
1	Blok A	1- 25
2	Blok B	1- 26
3	Blok C	1- 26
4	Blok D	1- 30
5	Blok E	1- 35
<b>Total</b>		<b>137</b>

**Sumber:** Wawancara, Olah Data Peneliti

### 3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Menurut (Sugiyono, 2019:126) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi jika populasinya besar dan peneliti tidak dapat mempelajari setiap anggota populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, atau waktu. Pada penelitian sampel yang diambil menggunakan rumus Slovin, seperti hasil rumus berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Na^2}$$

**Rumus 3.1** Rumus Slovin

**Sumber:** (Sugiyono, 2019)

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

N = Ukuran populasi

a = Toleransi ketidakadilan (%)

Adapun perhitungan untuk menentukan besar sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{137}{1+137(5\%)^2}$$

$$n = \frac{137}{1,3425}$$

$$n = 102,04$$

Dari hasil perhitungan rumus diatas sehingga peneliti menetapkan bahwa jumlah responden dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 102 responden.

### 3.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik pengambilan sampel adalah suatu cara untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan untuk memperoleh sampel yang representatif berdasarkan besar kecilnya sampel yang akan dijadikan sebagai sumber data yang sebenarnya. Hal ini dilakukan dengan memperhatikan karakteristik dan persebaran penduduk. Dalam hal ini sampel adalah sebagian dari populasi penelitian. Dengan kata lain, populasi adalah segala sesuatu yang hendak diteliti oleh penelitian, sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang dapat digunakan sebagai representasi (Sugiyono, 2019).

Teknik *sampling* terbagi jadi 2 jenis yakni *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Dalam penelitian menggunakan *non-probability sampling* ialah suatu metode pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap bagian dari populasi atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Ketika populasi tidak dapat atau tidak dapat ditentukan dengan pasti, metode ini biasanya dipilih. Salah satu metode yang diambil *purposive sampling*, karena pemilihan sampel ditentukan oleh kriteria yang ditetapkan peneliti. Keputusan dibuat berdasarkan faktor-faktor yang dianggap mewakili populasi. Metode pengambilan sampel dengan beberapa hal untuk dipikirkan. Pengambilan

sampel bertujuan memilih sekelompok subjek berdasarkan karakteristik yang dianggap terkait erat dengan karakteristik populasi yang diketahui. Dengan kata lain, kriteria tertentu diterapkan pada unit sampel yang dihubungi sesuai dengan tujuan atau masalah penelitian (Sugiyono, 2019). Pada penelitian kriteria yang ditetapkan adalah:

1. Berusia minimal 17 tahun
2. Pernah berbelanja di Shopee minimal 1 kali
3. Pengguna aktif aplikasi Shopee

### **3.5 Sumber Data**

Terdapat dua jenis sumber data yang diambil pada penelitian ini antara lain:

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang baik diperoleh atau dikumpulkan di lapangan secara langsung oleh peneliti atau orang yang membutuhkannya. Data asli dan data baru adalah nama lain dari data primer ini (Wandasari, 2020). Sehingga data primer dalam penelitian ini adalah hasil penyebaran kuesioner ke pengguna Shopee dan hasil wawancara ke masyarakat.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan atau diperoleh dari sumber yang ada oleh peneliti. Sebagian besar data tersebut berasal dari laporan yang ditulis oleh peneliti sebelumnya atau dari perpustakaan. Data yang tersedia adalah nama lain dari data sekunder (Wandasari, 2020).

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk mengembangkan informasi terkait permasalahan menggunakan metode berikut:

#### 1. Kuesioner

Pada teknik atau metode kuesioner, Metode pengumpulan informasi jenis ini adalah strategi yang dilakukan oleh spesialis dengan memberikan serangkaian pertanyaan untuk dijawab oleh responden. Ini adalah pertanyaan yang akan memberi peneliti jawaban atas kebutuhan data mereka. Peneliti mengembangkan kuesioner ini sehingga mereka dapat secara bersamaan mengumpulkan informasi yang diperlukan dari semua karyawan yang relevan. Skala *likert* digunakan dalam kuesioner untuk menentukan tingkat responden (Sugiyono, 2019) berikut skala *likert* :

**Tabel 3. 2** Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Kode	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, 2019:147)

#### 2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai serangkaian pertanyaan kepada orang yang diwawancarai dan mencatat tanggapan mereka selama wawancara tatap muka. Pewawancara dapat melakukan wawancara telepon jika mereka tidak dapat bertemu dengan individu tersebut. Jenis pengumpulan informasi ini masuk akal jika ada beberapa responden. Dalam penelitian ini mengumpulkan informasi dengan wawancara dengan masyarakat pengguna aplikasi Shopee.

### 3. Observasi

Observasi merupakan sebuah kegiatan pengamatan secara langsung oleh peneliti. Sehingga, dalam penelitian ini pengamatan dilakukan secara langsung pada objek penelitian yakni masyarakat pengguna aplikasi Shopee.

## 3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

### 3.7.1 Variabel Independen (X)

Menurut (Sugiyono, 2019:69) *independent variable* disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan faktor yang diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan antara fenomena yang diamati atau diamati. variabel yang menyebabkan terjadinya atau berubahnya variabel terikat (terikat). Pada penelitian yang menjadi variabel independen adalah daya tarik iklan, kualitas produk dan promosi.

### 3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Menurut (Sugiyono, 2019:69) *dependent variable* sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel dependen merupakan jenis variabel yang dideskripsikan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Pada penelitian ini yang digunakan sebagai variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

**Tabel 3. 3** Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Daya Tarik Iklan (X1)	Menurut (Sumaa dkk., 2021) iklan ialah upaya membangkitkan imajinasi orang dalam dunia bisnis, periklanan adalah cara untuk mempromosikan suatu produk tertentu.	1. Tema iklan 2. Peran pendukung. 3. Daya Tarik Humor. 4. Daya Tarik Musik Iklan	Likert
2	Motivasi (X2)	Kualitas produk adalah seperangkat produk yang dijual	1. Kinerja 2. <i>Features</i>	Likert

		atau diperdagangkan oleh perusahaan, baik kepada pedagang kecil maupun perusahaan besar (Kumala & Widodo, 2019).	3. <i>Reliability</i> 4. Daya tahan	
3	Promosi (X3)	Menurut Handoko (Siswati & Evyanto, 2021) upaya terkoordinasi perusahaan atau organisasi untuk mendidik, membujuk, dan mengingatkan pelanggan tentang produk atau layanan dikenal sebagai promosi	1. Potongan harga 2. Kualitas penyampaian pesan 3. Hubungan masyarakat 4. Adanya pelayanan konsumen	Likert
4	Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses konsumen yang dimulai ketika pelanggan memiliki masalah dan mencari solusi terkait produk (Susanti & Rustam 2022).	1. Sesuai dengan keinginan 2. Mempunyai manfaat 3. Ketepatan dalam membeli produk 4. Melakukan pembelian berulang	Likert

Sumber : Data Penelitian, 2022

### 3.8 Metode Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Statistik Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2019:206) statistik deskriptif adalah jenis penelitian yang dilakukan untuk mengetahui apa yang membuat suatu populasi unik. Dalam jenis penelitian ini, satu-satunya hal yang peneliti akan lakukan adalah mengidentifikasi karakteristik yang paling penting dari suatu populasi dan kemudian menyajikannya dengan cara yang memudahkan untuk membandingkannya (Pane & Purba, 2020).



Dalam menginvestigasi sebuah permasalahan menggunakan penyebaran kuesioner diperlukannya standar rentang skala deskriptif. Standar seperti ini memungkinkan dilakukannya analisis deskriptif ini:

**Tabel 3. 4** Rentang Skala Analisis Deskriptif

Rentang Skala	Kriteria
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik/Sangat Rendah
1,80 – 2,59	Tidak Baik/Rendah
2,60 – 3,39	Cukup/Sedang
3,40 – 4,19	Baik/Tinggi
4,20 – 5,00	Sangat Baik/Sangat Tinggi

**Sumber:** Nasution, 2018

### 3.8.2 Uji Kualitas Data

#### 3.8.2.1 Uji Validitas

Menurut (Wandasari, 2020) keabsahan suatu kuesioner dapat dievaluasi dengan menggunakan uji validitas. Apabila pertanyaan-pertanyaan pada suatu kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, maka dikatakan valid. Untuk menggunakan program SPSS untuk menguji validitas penelitian ini menggunakan metode analisis dan Format *Korelasi Pearson*. Dalam ketentuannya dapat dikatakan validitas apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan signifikan 0,05.

#### 3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Kuesioner yang merupakan indikator suatu variabel diukur dengan bantuan uji reliabilitas. Jika respons seseorang terhadap suatu pernyataan konsisten, kuesioner dianggap reliabel. Nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,60 menunjukkan tingkat reliabilitas. Indeks reliabilitas suatu alat ukur menunjukkan seberapa reliabel atau dapat dipercayanya alat ukur tersebut. Suatu alat ukur

dikatakan reliabel jika digunakan dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasilnya relatif konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas alat ukur menunjukkan seberapa konsisten mengukur gejala yang sama dengan derajat *cronbach alpha* tidak lebih kecil dari 0,60 (Wandasari, 2020).

### **3.8.3 Uji Asumsi Klasik**

Sehubungan dengan penggunaan data sekunder dalam penelitian ini, maka perlu dilakukan pengujian beberapa persyaratan asumsi klasik model regresi sebelumnya untuk memastikan keakuratan model tersebut. Berikut ini adalah pengujian asumsi klasik yang harus dilakukan terhadap data dalam penelitian ini.

#### **3.8.3.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah variabel residual atau pengganggu dalam model regresi berdistribusi normal. Uji statistik menjadi tidak valid untuk sejumlah kecil sampel jika asumsinya dilanggar. Statistik digunakan untuk melakukan uji normalitas. Uji yang dapat digunakan adalah uji terukur non parametrik Kolmogorov Smirnov. Data dianggap valid jika hasil Kolmogorov-Smirnov memiliki tingkat signifikansi di bawah 0,05 (Wandasari, 2020). Pada penelitian ini selain menggunakan Kolmogorov Smirnov, juga menggunakan grafik P-P plot dan grafik histogram.

1. Jika probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah normal.
2. Jika probabilitas  $< 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

#### **3.8.3.2 Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki korelasi yang tinggi atau sempurna. Multikolinearitas dapat

didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana terdapat korelasi yang kuat. Multikolinearitas tidak boleh ada dalam model regresi yang sesuai. Nilai toleransi atau *variance inflation factor* (VIF) dapat menunjukkan multikolinearitas. Model tidak memiliki masalah dengan multikolinearitas jika nilai toleransi lebih besar dari sepuluh persen atau VIF kurang dari sepuluh (Wandasari, 2020).

### **3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas, asumsi ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi menunjukkan homoskedastisitas atau heteroskedastisitas tergantung pada ketidaksamaan varians antara residual satu dan pengamatan lainnya. Uji gletser adalah instrumen yang digunakan untuk menentukan ada tidaknya heteroskedastisitas (Wandasari, 2020). mengevaluasi hubungan antara variabel independen dan nilai residu absolut:

- a. Data menunjukkan heteroskedastisitas jika nilai signifikansi variabel independen kurang dari 0,05 relatif terhadap nilai absolut dari residual, menunjukkan pengaruh yang signifikan.
- b. Data tidak menunjukkan heteroskedastisitas jika nilai signifikansi variabel independen lebih besar dari 0,05 relatif terhadap nilai residual absolut, menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan.

## **3.8.4 Uji Pengaruh**

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

Menurut (Wandasari, 2020) memprediksi besarnya pengaruh yang dimiliki dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen dapat dilakukan dengan bantuan analisis linier berganda. Model hubungan keputusan pembelian

dengan faktor-faktor daya tarik iklan, kualitas produk dan promosi dapat diatur dalam persamaan berikut:

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

**Rumus 3. 2** Analisis Linier Berganda

**Sumber :** (Wandasari, 2020)

Dimana:

Y = Variabel Dependent

a = Constant

b = Coefficient regresi

x = Variabel Independent

e = Variable pengganggu

#### **3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinan ( $R^2$ ) dimaksudkan sejauh mana model mampu menjelaskan variasi variabel dependen ditentukan oleh koefisien determinasi (Adjusted  $R^2$ ). Dinyatakan sebagai persentase dengan nilai antara 0 dan 1. A rendah  $R^2$  menunjukkan bahwa kapasitas variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Jika variabel independen memiliki nilai yang mendekati satu, ia berisi hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Karena variasi yang besar antara setiap pengamatan, data cross-sectional biasanya memiliki koefisien determinasi yang relatif rendah, sedangkan data deret waktu biasanya memiliki koefisien determinasi yang tinggi (Wandasari, 2020).

### **3.9 Uji Hipotesis**

#### **3.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji T**

Pengujian hipotesis, atau pengujian hipotesis 1 (H1), hipotesis 2 (H2), dan hipotesis 3 (H3), merupakan tahap pengujian selanjutnya. Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji hipotesis. Uji t pada dasarnya menunjukkan sejauh mana masing-masing variabel independen atau penjelas berkontribusi terhadap penjelasan variasi variabel dependen. Pengaruh parsial daya tarik iklan, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian diuji dengan menggunakan uji-t. Tingkat signifikansi untuk uji t ini ditetapkan pada 0,05.

#### **3.9.1 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F**

Model regresi yang digunakan layak untuk diuji jika hasil uji F signifikan atau memiliki p-value 0,05. Sebaliknya, model regresi yang digunakan dianggap tidak layak untuk diuji jika p nilai lebih besar dari 0,05. Tingkat kepercayaan dibandingkan dengan menggunakan kriteria uji yang memiliki tingkat signifikansi sebesar 5%. Kriteria pengambilan keputusannya yaitu :

1. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.