

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian adalah kegiatan ilmiah yang berdasarkan hasil analisis dan pengamatan yang dilakukan secara sistematis. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data berupa angka kemudian dilakukan analisa data dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan, serta mendapatkan suatu kesimpulan atas hasil uji (Sugiyono, 2016: 4).

#### **3.2. Sifat Penelitian**

Sifat penelitian yang terdapat dalam penelitian adalah sifat penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan dengan menjelaskan suatu objek tertentu secara detail, untuk mengetahui karakteristik akan suatu populasi yang akan diteliti serta bertujuan untuk menganalisa serta memberikan suatu gambaran dengan menghubungkan antara satu variabel dengan variabel yang lainnya (Anwar Sanusi, 2014: 13).

#### **3.3. Lokasi dan Periode Penelitian**

##### **3.3.1. Lokasi Penelitian**

Adapun lokasi yang digunakan oleh peneliti adalah di *Market Place* Shopee di Batam. Serta kuesioner yang disebarakan adalah pengaruh kualitas produk, promosi, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada Shopee terhadap masyarakat yang pernah melakukan transaksi dengan aplikasi tersebut.

### 3.3.2. Periode Penelitian

Periode penelitian yang dilakukan oleh peneliti sendiri dimulai dari September 2022 sampai dengan Januari 2023, hingga berakhirnya tugas skripsi dalam penelitian ini. Adapun jadwal penelitian dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 3.1** Periode Penelitian

No	Nama Kegiatan	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
		1	2	3	4	5
1	Melakukan Pengajuan Judul					
2	Mencari Data Pendukung					
3	Melakukan Penyusunan					
4	Membuat Kuesioner					
5	Menyebarkan Kuesioner					
6	Melakukan Pengumpulan Data					
7	Melakukan Pengolahan Data					
8	Menyelesaikan Hasil Olahan dan Mengumpulkan					

**Sumber:** Peneliti, 2022

### 3.4. Populasi Dan Sampel

#### 3.4.1. Populasi

Populasi merupakan sebuah wilayah generalisasi dimana memiliki objek, subjek serta karakteristik yang ditetapkan dalam sebuah penelitian dan dijadikan kesimpulan (Sugiyono, 2016: 80). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee di kota Batam. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, dikarenakan tidak terdapat data mengenai jumlah pelanggan di *market place* Shopee dan dari latar belakang sebelumnya, batasan ini hanya mencakup pengguna Shopee di kota Batam.

### 3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel merupakan suatu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016: 81). Karena populasinya tidak dapat diketahui dengan jelas, maka penentuan besar sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus *lemeshow*. Berikut ini merupakan rumus *lemeshow* yaitu:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2}$$

**Rumus 3.1** Rumus Lemeshow

**Sumber:** (Anggraini *et al.*, 2022)

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dicari

z = Nilai estimasi (1,96) dengan tingkat kepercayaan 95%

p = Proporsi populasi yang tidak diketahui (0,5)

d = Alpha (0,10)

Berdasarkan rumus tersebut maka dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$n = 96,04 = 96$  dan dibulatkan menjadi 100 responden

### 3.4.3. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik yang digunakan untuk mengambil sampel dalam sebuah penelitian. Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*, yaitu teknik *accidental sampling*. Adapun alasan menggunakan teknik ini adalah karena populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti.

### 3.5. Sumber Data

Merupakan subjek dari mana suatu data diperoleh dan dapat digunakan dalam sebuah penelitian. Adapun teknik pengumpulan data dalam sebuah penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Observasi, merupakan suatu teknik mengumpul data dengan cara mengamati serta mencatat semua unsur yang terdapat dalam suatu objek.
2. Wawancara, merupakan suatu teknik mengumpul data dengan cara tatap muka serta tanya langsung antara peneliti dengan narasumber
3. Dokumentasi, merupakan teknik mengumpul data dengan cara memperoleh sumber-sumber terkait objek yang diteliti.
4. Gabungan/ Triangulasi, merupakan penggabungan dari semua metode dengan tujuan untuk saling melengkapi serta menganalisis fenomena yang akan diteliti dalam sebuah penelitian.

### 3.6. Metode Pengumpulan Data

Merupakan sebuah tahapan yang dilakukan dalam sebuah penelitian yang berfokus dalam pencarian sebuah data. Pengumpulan data ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai sebuah tujuan penelitian.

Penelitian ini menggunakan Skala *Likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016: 93). Pernyataan dalam kuesioner diukur dengan memberikan skor 1 sampai 5 seperti yang disajikan dalam tabel dibawah ini.

**Tabel 3. 2** Skala Likert

<b>Skala Likert</b>	<b>Kode</b>	<b>Nilai</b>
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Cukup Setuju	CS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

**Sumber:** Peneliti, 2022

### **3.7. Definisi Operasi Variabel Penelitian**

Definisi operasional variabel penelitian adalah sifat atau ciri khas yang dimiliki suatu objek dengan variasi yang telah ditetapkan oleh peneliti sebelumnya untuk dipelajari serta ditarik kesimpulannya. Operasional variabel dalam penelitian ini terdiri atas 2 bagian yaitu:

1. Variabel bebas, merupakan variabel yang memiliki pengaruh, sehingga menyebabkan timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas terdiri atas kualitas produk (X1), promosi (X2) dan kepercayaan (X3).
2. Variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi, yang timbul karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y).

#### **3.7.1. Variabel Bebas**

1. Kualitas Produk, merupakan karakteristik yang dimiliki suatu produk dalam pangsa pasar yang memiliki manfaat untuk menjalankan fungsi-fungsinya serta memenuhi kebutuhan dari pelanggan.

2. Promosi, merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh penjual untuk menawarkan suatu produk berupa barang ataupun jasa untuk memengaruhi pelanggan melakukan suatu aktivitas pembelian.
3. Kepercayaan, merupakan salah satu bentuk kemampuan yang dimiliki seseorang dalam memenuhi segala janji serta harapan yang disampaikan seorang penjual kepada pelanggan.

Adapun variabel bebas yang digunakan peneliti dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

**Tabel 3. 3** Operasional Variabel X

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	Ciri khas dan kondisi mutu akan suatu produk, yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari serta mencapai sebuah tingkat kepuasan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemudahan penggunaan</li> <li>2. Daya tahan</li> <li>3. Kejelasan fungsi</li> <li>4. Keragaman produk</li> </ol>	<i>Likert</i>
Promosi (X <sub>2</sub> )	suatu strategi yang diterapkan penjual untuk menjangkau pelanggan lebih luas cakupannya dalam melakukan suatu aktivitas pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iklan <i>online</i></li> <li>2. Layanan pengaduan</li> <li>3. Pemberian diskon</li> <li>4. Pemberian hadiah <i>online</i></li> </ol>	<i>Likert</i>
Kepercayaan (X <sub>3</sub> )	Kepercayaan merupakan harapan yang dituntut semua orang sesuai dengan janji-janji yang telah diucapkan oleh orang yang bersangkutan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketulusan</li> <li>2. Kemampuan</li> <li>3. Integritas</li> <li>4. Bersedia untuk tergantung</li> </ol>	<i>Likert</i>

Sumber : Peneliti, 2022

### 3.7.2. Variabel Terikat

1. Keputusan Pembelian, merupakan sebuah proses final yang dilakukan seorang pelanggan setelah memilih serta menyeleksi dan kemudian memutuskan untuk melakukan suatu aktivitas pembelian.

Adapun variabel terikat yang digunakan peneliti dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

**Tabel 3. 4** Operasional Variabel Y

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Suatu proses serta alur yang dilakukan seorang pelanggan untuk memilih serta menyeleksi produk yang diinginkan dengan berbagai pertimbangan sebelumnya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembelian produk</li> <li>2. Pembelian merek</li> <li>3. Pemilihan saluran distribusi</li> <li>4. Penentuan waktu pembelian</li> <li>5. Jumlah</li> </ol>	<i>Likert</i>

Sumber: Peneliti 2022

### 3.8. Metode Analisis Data

#### 3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode analisis yang mendeskripsikan data secara umum berdasarkan hasil jawaban dari responden yang terkumpul, dengan membuat kesimpulan yang berlaku secara umum (Sugiyono, 2016: 147). Perolehannya nanti akan dihitung dengan statistika deskriptif dengan rumus berikut:

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

**Rumus 3.2** Rentang Skala

Sumber: (Sugiyono, 2018)

Keterangan: RS = rentang skala

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap item

RS =  $100 (5-1) / 5 = 80$

**Tabel 3. 5** Rentang Skala

No	Skor	Skor Positif
1	100 – 180	Sangat Tidak Setuju
2	181 – 260	Tidak Setuju
3	261 – 340	Netral
4	341 – 420	Setuju
5	421 – 500	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti, 2022

### 3.8.2. Uji Kualitas Data

#### 3.8.2.1. Uji Validitas Data

Uji validitas data merupakan uji yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Sugiyono, 2016: 121). Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung validitas data, yaitu:

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

**Rumus 3. 3** Uji Validitas Data

Sumber: (Anwar Sanusi, 2014: 122)

Keterangan:

r hitung = koefisien korelasi

$\sum X_i$  = jumlah skor item

$\sum Y_i$  = jumlah skor total (item)

n = jumlah responden



Adapun kriteria dalam sebuah uji validitas dapat dikatakan valid, jika:

1.  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  berarti data tersebut dapat dikatakan valid.
2.  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$  berarti data tersebut dapat dikatakan tidak valid.

### 3.8.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama atau menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2016: 130). Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung reliabilitas, yaitu:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad \text{Rumus 3. 4 Uji Reliabilitas}$$

**Sumber:** (Anwar Sanusi, 2014: 125)

Keterangan:

$r_{11}$  = koefisien reliabilitas instrumen (total tes)

$k$  = jumlah butir pertanyaan yang sah

$\sum a_b^2$  = jumlah varian butir

$a_t^2$  = varian skor total

Adapun kriteria sebuah uji reliabilitas dapat dikatakan reliabel, jika:

1. Perolehan *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  maka dapat dikatakan reliabel.
2. Perolehan *Cronbach Alpha*  $< 0,60$  maka dapat dikatakan tidak reliabel.

### 3.8.3. Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.3.1. Uji normalitas

Merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Sebuah model regresi yang baik akan memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Dasar dalam uji normalitas yakni jika

signifikansi lebih besar dari 0.05 maka data tersebut berdistribusi normal, sebaliknya jika lebih kecil dari 0,5 maka data tersebut tidak berdistribusi normal (Anggraini *et al.*, 2022).

### 3.8.3.2. Uji multikolineritas

Merupakan uji yang bertujuan untuk melihat ada tidaknya korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Dalam uji multikolineritas sering menggunakan alat statistik yaitu VIF (*Variance Inflation Factor*). Dalam uji multikolineritas jika nilai uji *tolerance* > 0.10 maka tidak terjadi multikolineritas, begitu pula dengan sebaliknya, jika < 0.10 maka terjadi multikolineritas (Anggraini *et al.*, 2022).

### 3.8.3.3. Uji heteroskadatisitas

Merupakan sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan variansi dari residual model regresi. Adapun uji statistik yang dapat digunakan antara lain uji glejser, uji *park* dan uji *white*.

Dasar dalam uji heteroskadatisitas yakni jika nilai signifikansi > 0.05 maka tidak terjadi heteroskadatisitas, begitu pula sebaliknya, jika < 0.05 maka terjadi heteroskadatisitas (Anggraini *et al.*, 2022).

## 3.8.4. Uji Pengaruh

### 3.8.4.1. Analisis regresi linear berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

**Rumus 3. 5** Analisis Regresi Berganda

**Sumber:** (Anwar Sanusi, 2014: 135)

Keterangan:

Y = variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = variabel indenpenden

a = konstanta

b = koefisien regresi

### 3.8.4.2. Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ )

Merupakan analisis yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan sebuah model dalam menjelaskan variabel terikat. Nilai dalam koefisien determinasi berkisar dari 0 – 1. Dalam analisis koefisien determinasi, jika nilai koefisien determinasi yang kecil menunjukkan kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terbatas yang terbatas, sebaliknya jika nilai koefisien determinasi besar dan mendekati nilai 1, maka menunjukkan variabel bebas memberikan informasi variabel terikat (Anggraini *et al.*, 2022).

## 3.9. Uji Hipotesis

### 3.9.1. Uji t

Uji t merupakan sebuah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Menurut (Anggraini, *et al.*, 2022) dasar kriteria dalam uji t antara lain sebagai berikut:

1. Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.
2. Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  dan nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.

Adapun rumus untuk uji t adalah:

$$t \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2} \quad \text{Rumus 3. 6 Uji t}$$

Sumber : (Anwar Sanusi, 2014: 123)

Keterangan:

t = nilai t hitung

r = koefisien korelasi hasil r hitung

n = jumlah responden

### 3.9.2. Uji F

Uji F merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui signifikan antara pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut (Anggraini, *et al.*, 2022) dasar kriteria dalam uji F antara lain sebagai berikut:

1. Jika F hitung > F tabel dan nilai signifikansi < 0,05 maka H0 ditolak
2. Jika F hitung < F tabel dan nilai signifikansi < 0,05 maka H0 diterima

Adapun rumus untuk uji f adalah:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/[n-(k+1)]} \quad \text{Rumus 3.7 Uji F}$$

Sumber: (Anwar Sanusi, 2014: 137)

Keterangan:

F = nilai f yang dicari (F hitung)

R<sup>2</sup> = koefisien determinasi

k = jumlah variabel bebas

N = Jumlah Sampel