

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipergunakan adalah penelitian kuantitatif. Karena sudah lama digunakan, metode kuantitatif dianggap sebagai metode tradisional untuk penelitian. Sebab menerapkan prinsip-prinsip ilmiah yang sistematis, rasional, terukur, objektif, dan konkrit, metode ini dianggap sebagai metode ilmiah. Karena berbagai bidang ilmu pengetahuan dan teknologi baru dapat ditemukan dan dikembangkan dengan menggunakan pendekatan ini, yang disebut sebagai metode penemuan (Prof. Dr. Sugiyono, 2014, p. 7)

Penelitian ini bermaksud guna memahami pengaruh dari variable yaitu pengaruh promosi, kemudahan, ulasan produk terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee di kota Batam.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini memiliki sifat replikasi dan pengembangan, mengartikan penelitian ini mempergunakan indikator, variable, serta teknik analisis yang serupa dengan penelitian sebelumnya. Peneliti ingin belajar dari penelitian ini apakah ulasan produk, kemudahan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian serta mampu memaksimalkan minat beli di masa mendatang.

3.3 Lokasi dan Periode penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kelurahan Tanjung Uncang Kecamatan Batu Aji Kota Batam, yang mana objek dari penelitian ini ialah masyarakat pengguna aplikasi Shopee dan melaksanakan pembelian pada *marketplace* Shopee.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian ini diselenggarakan dari bulan November 2022 sampai Januari 2023 seperti yang tergambar berikut :

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

No	Kegiatan	2022				2023
		September	Oktober	November	Desember	Januari
1	Perencanaan	■	■	■	■	
2	Studi Pustaka		■	■	■	
3	Menentukan Metode Penelitian		■	■	■	■
4	Penyusunan Kuesioner				■	■
5	Penyerahan Kuesioner				■	
6	Analisis Hasil Kuesioner				■	■
7	Kesimpulan					■

Sumber : Penelitian, 2022

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Prof. Dr. Sugiyono (2014, p. 80) menjelaskan bahwasanya populasi ialah wilayah yang luas dari berbagai hal atau orang-orang dengan karakteristik maupun kualitas tertentu yang ditetapkan peneliti supaya diselidiki serta dibuat kesimpulannya.

Populasi yang dipergunakan yaitu masyarakat kelurahan Tanjung Uncang yang mempergunakan dan melakukan pembelian pada Shopee yang berjumlah 37.789 jiwa.

(Sumber data: <https://batamkota.bps.go.id/indicator/12/65/1/penduduk-kota-batam.html> 12 Desember 2022 Pukul 19.41)

3.4.2 Sampel

Sampel yaitu bagian dari jumlah populasi itu sendiri (Prof. Dr. Sugiyono, 2014, p. 81) Untuk menentukan ukuran sampel adapun beberapa kriteria yakni :

1. Masyarakat Kota Batam yang berdomisili di Kelurahan Tanjung Uncang
2. Masyarakat Kelurahan Tanjung Uncang yang menggunakan Shopee.

Sebagai pedoman dalam menetapkan ukuran sampel, penelitian ini menggunakan rumus slovin. Di bawah ini merupakan rumus slovin yang dipergunakan dalam penelitian ini.

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

Rumus 3. 1 Slovin

Sumber : (Prof. Dr. Sugiyono, 2019)

Keterangan :

N = Jumlah populasi (37.789)

n = Jumlah Sampel

e = Tingkat Ketetapan (5 %)

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\
 &= \frac{37.789}{1 + (37.789 \times 5\%)^2} \\
 &= \frac{37.789}{1 + (37.789 \times 0,0025)} \\
 &= \frac{37.789}{95,4725} \\
 &= 395,81
 \end{aligned}$$

Dari penghitungan tersebut maka sampel yang dipergunakan yakni berjumlah 395 responden.

3.4.3 Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling dengan sampling purposive. Dimana nonprobability sampling yakni metode pengumpulan

sampel yang tidak memberi kesempatan yang serupa kepada tiap bagian dari populasi supaya ditetapkan sebagai sampel atau membuat mereka semua memiliki kesempatan yang sama (Prof. Dr. Sugiyono, 2014, p. 84).

Sampling purposive yaitu metode penentuan dengan beberapa hal untuk dipertimbangkan (Prof. Dr. Sugiyono, 2014, p. 85)

3.5 Sumber data

Berikut ini penjelasan mengenai apa saja sumber data penelitian, dimana sumber data yang dibutuhkan untuk penelitian pada subjek yang sedang dibahas yakni :

1. Data Primer

Data yang peneliti buat dengan maksud khusus guna mengatasi masalah yang sedang mereka kerjakan. Data yang dipergunakan yakni data dari kuesioner yang sudah dibagikan kepada responden.

2. Data Sekunder

Data yang telah terkumpul dengan tujuan selain resolusi permasalahan sekarang ini. Informasi tersebut bisa diperoleh dengan cepat dan murah. Sumber data sekunder yang dipergunakan meliputi jurnal, buku, serta website yang relevan dengan penelitian.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini memiliki tujuan guna memahami lebih dalam tentang suatu masalah yang ada pada subjek penelitian. Kuesioner pada skala Likert dipakai guna mengumpulkan data. Untuk mengolah data yang dibutuhkan oleh peneliti dan memberikan hasil yang diantisipasi, kuesioner akan dibagikan kepada pengguna Shopee yang melakukan pembelian.

Tabel 3. 2 Skala Likert

Jawaban Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Peneliti,2022

3.7 Definisi Operasional Variable Penelitian

Variabel penelitian ialah pada dasarnya peneliti memutuskan meneliti apa saja untuk mengumpulkan informasi dan menarik kesimpulan (Prof. Dr. Sugiyono, 2014, p. 38)

3.7.1 Variabel Independen

Prof. Dr. Sugiyono (2014, p. 39) menjelaskan bahwasanya variabel independent ataupun biasa dikenal dengan sebutan varibel bebas yaitu variabel yang berpengaruh terhadap perubahan ataupun kemunculan variable dependen

3.7.2 Variabel Dependen

Prof. Dr. Sugiyono (2014, p. 39) menjelaskan bahwasanya variabel dependent yaitu variable yang dipengaruhi ataupun hasil sebagai akibat dari variable independent.

Tabel 3. 3 Operasional Variabel

Varibel	Definisi	Indikator	Skala
Ulasan Produk (X1)	Ulasan produk yaitu ketika pelanggan mencari beragam informasi yang relevan dengan jasa atau produk yang hendak dibeli (Adi & Nuvriasari, 2021, p. 180)	Pengaruh (<i>effect</i>); Perbandingan (<i>comparison</i>); Frekuensi (<i>frequency</i>); Kesadaran (<i>awareness</i>). (Ilmiah & Krishernawan, 2020, p. 33)	Likert
Kemudahan (X2)	Kemudahan yaitu pelanggan memiliki persepsi bahwa mempergunakan teknologi itu sederhana serta tidak membutuhkan banyak usaha dari pihak pengguna (S. L. Nasution et al., 2020b, p. 46)	Hemat waktu ; Mudah melakukan perbandingan ; Tidak harus meninggalkan rumah ; Tidak merasa malu pada saat membeli ; Mudah dalam mengakses merek dan penjual. (S. L. Nasution et al., 2020b, p. 46)	Likert

Promosi (X3)	Promosi adalah komponen pemasaran karena berkomunikasi dengan pelanggan untuk meningkatkan kesadaran merek (Issn et al., 2022, p. 357)	Ketepatan sasaran promosi ; Waktu promosi ; Kualitas promosi ; Kuantitas promosi ; Jangkauan promosi. (Issn et al., 2022, p. 358)	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian yakni suatu hasil dari perilaku pelanggan (Issn et al., 2022, p. 358)	Pemilihan cara/metode pembayaran; pemilihan waktu; pemilihan merek; pemilihan jasa/produk; (H. F. Nasution, 2018, p. 29)	Likert

3.8 Metode analisis data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis ini yakni istilah "statistika" yang mengacu pada proses menjelaskan atau menjelaskan data yang sudah terkumpul dalam kondisi saat ini tanpa dimaksudkan untuk menarik kesimpulan atau generalisasi yang diterima secara umum (Prof. Dr. Sugiyono, 2014, p. 147)

Dalam penelitian ini data dikelompokkan menggunakan data variabel berdasarkan variabel dari data konsumen. Penelitian ini menggunakan program SPSS untuk membantu dalam penyelesaian penelitian. Berikut ini merupakan

rumus rentang skala yang bisa digunakan untuk mengukur rentang skala pada penelitian ini:

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

Rumus 3. 2 Rentang Skala

Sumber : (Prof. Dr. Sugiyono, 2019)

Keterangan :

m = Total alternatif tanggapan setiap poin

RS = Rentang Skala

n = Jumlah Sampel

$$\begin{aligned} RS &= \frac{395(5-1)}{5} \\ &= \frac{395(4)}{5} \\ &= \frac{1580}{5} \\ &= 316 \end{aligned}$$

Nilai 316 dari perhitungan tersebut, adalah nilai patokan dari rentang skala tiap kategori jawaban responden terkait variable yang dipergunakan. Di bawah ini akan diuraikan secara rinci:

Tabel 3. 4 Rentang Skala

No	Rentang Skala	Kriteria
1.	395 - 711	Sangat Tidak Setuju
2.	712 – 1028	Tidak Setuju
3.	1029 – 1345	Netral
4.	1346 – 1662	Setuju
5.	1663 - 1979	Sangat Setuju

3.8.2 Uji Kualitas Instrumen

Pengujian kualitas data merupakan penelitian yang berdampak pada temuan penelitian. Sesuai dengan permasalahan yang muncul, pengujian ini digunakan untuk mengumpulkan data yang benar.

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Guna mengukur dengan tepat apa yang akan diukur, dilakukan pengujian validitas data. Tingkat Uji Koefisien Korelasi Signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa item survei dapat diakses dan praktis untuk digunakan. Rumusan berikut bisa dipergunakan dalam menentukan koefisien korelasi product moment Pearson

:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Rumus 3. 3 Pearson Product

Keterangan :

X : Skor Item

N : Jumlah banyaknya subjek

Y : Skor total dari x

r_{xy} : Koefisien korelasi

3.8.2.2 Uji Reabilitas

Berdasarkan pendapat (Hadiyati, 2020:95) Indeks pengujian ini menunjukkan seberapa andal dan akurat suatu perangkat pengukuran. Uji reliabilitas dapat memvalidasi keakuratan jawaban kuesioner yang diberikan oleh responden. Oleh karena itu, jika konstruk variabel memperoleh Cronbach's Alpha > 0,60, dengan demikian dipandang reliabel. Devi (2019:72) menjelaskan bahwasanya dalam menemukan besaran angka reliabilitas dengan mempergunakan Cronbach Alpha bisa mempergunakan rumusan:

$$C\sigma = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Rumus 3. 4 Cronbach's Alpha

Keterangan:

σ^2 : Total Varian

$\sum \sigma^2$: Jumlah butir pertanyaan

k : Banyaknya butir pertanyaan

r_{11} : Reliabilitas instrument

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Karena menggunakan penelitian yang dianggap tidak terorganisir, pengujian ini tidak menggunakan autokorelasi. Informasi harus didistribusikan secara konsisten tanpa multikolinearitas agar model regresi berhasil mengeksplorasi semua tes.

3.8.3.1 Uji Normalitas

Menurut (Azhar, 2020), Variabel perancu atau residual dalam model regresi dimaksudkan untuk diuji untuk melihat apakah mereka memiliki distribusi normal menggunakan uji normalitas data atau pemeriksaan keteraturan data. Data dianggap normal jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05.

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut (Tirtayasa, 2019), guna memahami apakah model regresi mengidentifikasi korelasi diantara variabel independen, digunakan uji multikolinearitas. Sebaiknya tidak terdapat hubungan diantara variabel independen pada model regresi yang sesuai. Parameter Tolerance and Variance Inflation Factor (VIF) dalam model regresi bisa dipergunakan dalam pengujian. Multikolinearitas tidak ada bila Toleransi lebih dari 0,01 ataupun VIF kurang dari 10.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Prilano, Sudarso, & Fajrillah, 2020), Metode Scatter Plot untuk menguji heteroskedastisitas memeriksa titik-titik secara acak atau tanpa adanya pola yang terlihat menyebar di bawah atau di atas angka 0. Ketika model regresi

gagal mengkorelasikan satu data dengan data lainnya, pengujian ini diterapkan. Terdapat bukti adanya heteroskedastisitas pada model regresi yang dikembangkan jika prediksi dan residual mengikuti suatu pola.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Tujuan dari analisis ini adalah guna meramalkan nilai variabel dependen ketika nilai variabel independen turun atau naik serta guna menetapkan apakah ada hubungan positif atau negatif diantara variabel-variabel tersebut.

$$Y^1 = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_nx_n$$

Rumus 3. 5 Regresi Linier Berganda

Sumber : (Puspita et al., 2021:100)

Keterangan :

- Y : Variabel dependen
- x_2 : Variabel bebas X2
- x_1 : Variabel bebas X1
- a : Nilai konstanta
- b : Nilai koefisien regresi

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Prilano et al. (2020) menjelaskan bahwasanya pengukuran kapasitas model untuk memperhitungkan variasi variabel dependen dilakukan dengan menggunakan analisis koefisien determinan. Karena $R=0$, presentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya adalah nol. Bila $R=1$, maka kontribusi pengaruh variabel dependen disajikan dengan sempurna.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji T

Uji T bisa dipergunakan dalam menilai dampak (parsial) setiap variabel independen terhadap variabel dependennya. Uji ini dihitung pada keluaran perangkat lunak. Pengujian ini juga mempergunakan signifikan 5%, atau $(\alpha) = 0,05$ sebagaimana bisa dilihat pada tabel koefisien.

Untuk menentukan apakah variabel independen model regresi ada pengaruh signifikan secara marjinal pada variabel dependennya, gunakan uji t. Uji

Formula Hipotesis :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Rumus 3. 6 Uji T

Sumber : (Wiwi Kurnianingsih, 2019:520)

Keterangan :

r = Korelasi parsial yang diperoleh

t = Nilai t hitung yang berikutnya dikonsultasikan dengan t tabel

n = Jumlah sampel

3.9.2 Uji F

Uji ini untuk mengamati apakah faktor independent dan variable dependen secara stimulant berpengaruh. Apabila $\text{sig} < 0,05$ maka variable bebas dan variabel terikat sama-sama terpengaruh secara bersamaan. Rumus dapat digunakan untuk mencari Fhitung.

$$F_{hitung} = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k+1)}$$

Rumus 3. 7 Uji F

Sumber : (Wiwi Kurnianingsih, 2019:520)

Keterangan :

k = Jumlah variabel independent

R = Koefisien determinasi

n = Jumlah kasus atau data