

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian yang dilakukan menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Penelitian Kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian berdasarkan populasi atau sampel tertentu, yang dilakukan dengan mengumpulkan data dengan menggunakan berbagai instrumen penelitian. Dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan untuk dilakukan penelitian (Sugiyono, 2016)

Deskriptif dapat diartikan menggambarkan objek riset pada kondisi saat ini, bersumber pada fakta- fakta yang ada, setelah itu dianalisis serta diinterpretasikan (Sugiyono, 2016)

Berdasarkan uraian tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Sifat penelitian dalam penelitian ini adalah replikasi dan pengembangan, artinya penelitian ini menggunakan variabel, indikator, dan teknik analisis yang sama dengan penelitian sebelumnya. Peneliti ingin belajar dari penelitian ini apakah kualitas produk, promosi dan kepercayaan dapat digunakan untuk meningkatkan Keputusan Pembelian di masa yang akan datang.

### 3.3 Lokasi dan Priode Penelitian

#### 3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini di lakukan di Kota Batam yang dimana objek penelitian ini adalah masyarakat yang mempunyai aplikasi shopee dan pernah melakukan pembelian pada *marketplace* shopee.

#### 3.3.2 Priode Penelitian

Pada periode dalam penelitian ini yang dilakukan pada bulan September 2022 sebagai tahapan utama dalam pengerjaan skripsi sampai dengan bulan Januari 2023 sebagai tahap akhir dalam pengerjaan skripsi, agar lebih dapat di perjelas maka dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.1** Priode Penelitian

Kegiatan	2022																2023			
	September				Oktober				November				Desember				Januari			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	2	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul			■	■																
Identifikasi Masalah			■	■	■	■	■													
Studi Pustaka			■	■	■	■	■													
Metode Penelitian									■	■	■	■								
Kuesioner									■	■	■	■								
Pengolahan Data													■	■	■	■				
Analisis Data													■	■	■	■				
Kesimpulan																	■	■	■	■

Sumber: Peneliti 2022

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016)

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan *marketplace* shopee sebagai tempat berbelanja.

#### 3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sempel

Sampel adalah suatu bagian dari jumlah yang terdiri dari objek dan subyek yang memiliki dimiliki oleh polulasi , kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016)

Dalam penelitian ini jumlah populasi sangat banyak dan tidak terbatas, begitu juga dengan jumlah populasi yang tidak diketahui. Rumus yang digunakan untuk teknik penentuan besar sampel, dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$N = L / F^2 u + 1$$

**Tabel 3.2** *Jacob Cohen*

**Sumber:** Vernadila & Realize (2019:639)

N : Ukuran sampel

F<sup>2</sup> : *Effect size* (0,1)

u : Banyaknya ubahan yang terkait dalam penelitian

L : Fungsi power (u), hasil tabel power = 0,95

Berdasarkan rumus dapat diambil sampel dengan harga L tabel (t.s=1%)=

0,95, serta  $u = 19,76$ . Dengan adanya rumus tersebut maka dapat dibuatkan perhitungan seperti berikut:

$$N = \frac{L}{F^2} + u + 1$$

$$N = \frac{19,76}{0,1} + 5 + 1$$

$$N = 203,6 = 204$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan rumus penentuan besar sampel diatas, sampel yang diperoleh sebanyak 204. Maka jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini menjadi 204 responden.

### 3.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik sampling yang dimanfaatkan pada penelitian ini ialah *non probability sampling* yakni merupakan *sampling* yang tidak menyajikan peluang sama pada tiap anggota populasi yang dipilih jadi sampel (Sugiyono, 2016). Jenis *non probability sampling* yang dipilih ialah *purposive sampling* yakni kelompok sampel yang ditetapkan khusus berdasar maksud dari riset (Sugiyono, 2016)

Berikut ini merupakan kriteria yang digunakan dalam menentukan sampel, diantaranya sebagai berikut:

1. Masyarakat kota Batam.
2. Masyarakat kota Batam yang mempunyai aplikasi Shopee dan pernah melakukan pembelian pada aplikasi Shopee
3. Berapa kali melakukan pembelian pada aplikasi shopee

### 3.5 Sumber Data

Sumber data penelitian adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian

yang berhubungan dengan objek penelitian adapun penjelasannya sebagai berikut :

1. Sumber primer data yang dihasilkan oleh peneliti dengan tujuan eksplisit untuk mengatasi tantangan yang sedang mereka kerjakan.
2. Sumber Sekunder data yang telah dikumpulkan untuk alasan selain untuk membantu dalam penyelesaian masalah saat ini. data ini dapat diperoleh dengan cara yang cepat dan murah. Buku-buku, makalah, dan jurnal, serta situs web yang relevan dengan penelitian yang dilakukan merupakan sumber data sekunder untuk penelitian ini

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Peneliti memakai metode dengan menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner (angket) dengan skala likert. Peneliti menyebarkan kuesioner dengan sekumpulan *list* pernyataan yang diwajibkan diisi. Kuesioner ini disebarkan ke responden, yaitu para pengguna aplikasi shopee demi mengumpulkan datanya, lalu setelah itu data diolah memakai program SPSS. Dibawah ini adalah skor dengan menggunakan tabel skala likert dan penjelasannya:

**Tabel 3.3** Pilihan jawaban Kuesioner

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

**Sumber :** (Sugiyono, 2016)

### 3.7 Defisi Operasional Variabel Penelitian

Diuraikan operasional variabel, yang akan dilakukan pengujiannya ada pada tabel dibawah ini :

**Tabel 3.4** Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Kualitas produk (X1)	Kualitas produk adalah suatu cara dalam berbisnis untuk menghasilkan produk dengan kualitas yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan membuat konsumen tersebut merasa puas (Falendra & Realize, 2020, hal. 318).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kinerja.</li> <li>2. Daya Tahan.</li> <li>3. Kesesuaian.</li> <li>4. Fitur.</li> <li>5. Realibilitas.</li> </ol>	<i>Likert</i>
Promosi (X2)	Promosi adalah bentuk ajakan langsung dengan menggunakan beberapa tawaran atau cara yang dapat dibentuk untuk mempengaruhi pembelian produk dengan segera atau meningkatkan banyaknya barang yang dibeli oleh konsumen (Nur & Realize, 2020, hal. 17)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periklanan (<i>Advertising</i>)</li> <li>2. Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>)</li> <li>3. Penjualan pribadi (<i>Personal selling</i>)</li> <li>4. Hubungan masyarakat (<i>Public relation</i>)</li> <li>5. Pemasaran langsung (<i>Direct selling</i>)</li> </ol>	<i>Likert</i>
Kepercayaan Konsumen (X3)	Kepercayaan konsumen adalah wawasan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang terbentuk meliputi atribut, objek, dan bermanfaat bagi konsumen (Pane & Purba, 2020, hal. 157)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Intergritas.</li> <li>2. Kebaikan.</li> <li>3. Kopetensi.</li> </ol>	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah meliputi bagaimana individu, kelompok atau organisasi memilih, membeli, menggunakan dan tidak menggunakan barang dan jasa jasa (Putranto & Kartoni, 2020, hal. 99)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan masalah</li> <li>2. Mencari berbagai Informasi</li> <li>3. Memilih berbagai alternatif merek produk</li> <li>4. Pilihan merek produk yang akan dibeli</li> </ol>	<i>Likert</i>

Sumber : Data Penelitian 2022

### 3.8 Metode Analisis Data

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis informasi dengan cara mendeskripsikan atau data dikumpulkan apa adanya tanpa bermaksud membuat

kesimpulan yang berlaku untuk universal atau generalisasi yang dapat dilihat dari nilai rata-rata asumsi responden (Sugiyono, 2016)

### **3.8.2 Uji Kualitas Data**

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis informasi dengan cara mendeskripsikan atau data dikumpulkan apa adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk universal atau generalisasi yang dapat dilihat dari nilai rata-rata asumsi responden (Sugiyono, 2016)

#### **3.8.2.1 Uji Validitas**

Uji validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. pengukuran dikatakan valid jika instrumen dapat mengukur sesuatu dengan tepat apa yang hendak diukur.

#### **3.8.2.2 Uji Realibilitas**

Uji realibilitas adalah jika pengukurannya konsisten dan sangat akurat. Jadi uji reliabilitas instrument dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran hanya bisa dipercaya jika dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok mata pelajaran yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, asalkan aspek-aspek yang diukur dalam subjek memang ada belum berubah (Imron, 2019)

Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus Alpha dari Cronbach sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \delta_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

**Rumus 3.1** *Alpha Crobach*

Keterangan:

r : koefisien reliability instrument (cronbach alfa)

k : banyaknya butir pertanyaan

$\sum_b^2$  : total butir variabel

$\sigma_t^2$  : total varian

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.3.1 Uji Normalitas

Untuk mengamati tingkatan normalitasnya data didalam model penelitian. Penelitian ini bisa memakai metode *Kolmogrov Smirnov* Pada uji normalitasnya ada dua tahapan didalam menelusuri residual terdistribusi normal atau sebaliknya dengan uji *statistic kolmogrof* (Solihin, 2020, p. 44)

Dengan keterangan Pada uji normalitasnya ada dua tahapan didalam:

1. Sig > 0,05 dinyatakan instrument tersebar normal
2. Sig < 0,05 dinyatakan instrument tidak tersebar normal

#### 3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Untuk uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable independen (bebas). Cara menguji ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi peneleitian ini yaitu dengan melihat nilai Tolerance dan nilai VIF (Variance Inflation Factor). Jika nilai Tolerance  $\geq 0,1$  dan VIF  $\leq 10$  maka regresi dinyatakan tidak menjadi

multikolinieritas (Ustman & Wahyuati, 2020)

### 3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Guna mengujikan ditemui adanya kaitan antar variabel bebasnya atau tidak.

Baiknya model yakni tidak berkolerasi antar variabel bebasnya (Solihin, 2020)

## 3.8.4 Uji Pengaruh

### 3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya merupakan teknik analisis yang umum digunakan dalam bisnisnya. Tujuannya untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui. Karena variabel bebasnya terdiri dari dua variabel, maka regresinya itu di sebut regresi berganda. Persamaan regresi dalam penelitian ini untuk mengetahui dari seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap persepsi harga, kualitas produk dan keputusan pembelian (Aurelia et al., 2022)

Persamaan regresi linear berganda dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

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

**Rumus 3.2** Regresi Linear Berganda

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Kualitas produk

X2 = Promosi

X3 = Kepercayaan Konsumen

a = konstanta

b = koefisien regresi

$e = error$

$b_1 b_2 b_3 =$  Koefisien Regresi

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

Analisis determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besarnya varian dari variabel terikat dapat dijelaskan dengan variabel bebas. Dimana  $R^2$  menunjukkan bahwa adanya variasi dari variabel terikat dapat dijelaskan oleh variasi variabel bebas. Sebaliknya jika  $R^2$  mendekati angka nol, maka variasi variabel terikat tidak dapat dijelaskan dengan variabel bebas (Aurelia et al., 2022)

### **3.8.5 Uji Pengaruh**

#### **3.8.1 Uji T**

Uji signifikan parsial (uji t) yang dilakukan terhadap variabel independen tersebut dengan kriteria sebagai berikut: Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha < 0,05$ ) maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Kemudian jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 ( $\alpha > 0.05$ ) maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen (Siti Nuraeni & Irawati, 2021, p. 447)

#### **3.8.2 Uji F**

Uji F dimanfaatkan guna mengidentifikasi apakah variabel (X) serempak berimbas signifikan (Siti Nuraeni & Irawati, 2021)

Pada variabel (Y) Variabel independen akan dikatakan berpengaruh signifikan secara simultan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% dimana kriteria pengambilan keputusan ini dengan kriteria:

1.  $H_0$  ditolak jika nilai  $F$  hitung  $< F$  tabel atau nilai signifikansi  $< 0,05$  pada  $\alpha$  5%.
2.  $H_4$  diterima jika nilai  $F$  hitung  $> F$  tabel atau nilai signifikansi  $< 0,05$  pada  $\alpha$  5%.