

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini pendekatan yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif asosiatif, yang mengarah pada mencari hubungan atau pengaruh di antara dua variabel atau lebih (Atijah & Bahri, 2021). Penelitian ini mencari hubungan antara variabel promosi, kemudahan, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian. Proses penelitian menggunakan skala *likert* dan dibantu dengan alat SPSS versi 25.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian replikasi yang memiliki sifat pengulangan kembali penelitian yang sudah ada dan mengembangkan dengan berbagai variabel yang sama dan dengan objek penelitian dan periode penyelesaian yang berbeda. Hal ini yang membuat peneliti mengambil penelitian replikasi untuk mengembangkan variabel yang ada, namun hal yang membedakannya adalah objek penelitian dan periode waktu penelitian.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini dilakukan pada objek masyarakat yang menggunakan aplikasi Lazada yang beralamat di Tiban Indah, Kecamatan Sekupang, Kota Batam.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian dilakukan selama lima bulan. Berikut periode penelitian yang dilakukan:

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 Ardiansyah dkk., (2021) populasi adalah kelompok wilayah dengan karakteristik tertentu yang menjadi dasar pengambilan sampel penelitian. Penelitian ini mengambil populasi pada masyarakat tiban indah pengguna Lazada yang tidak diketahui jumlahnya.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Menurut Ardiansyah dkk., (2021) sampel adalah bagian dari ukuran dan karakteristik populasi. Jika populasinya kecil dan tidak mungkin peneliti memusatkan perhatian pada semuanya karena keterbatasan dana, tenaga, atau waktu, maka dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. penelitian ini menggunakan rumus Jacob Cohen untuk memastikan jumlah populasi yang tidak diketahui pasti atau tidak terhingga (Hikmah, 2020). Berikut rumus Jacob Cohen:

Rumus 3. 1 Jacob Cohen

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

Sumber: (Hikmah, 2020)

Ket:

N = Jumlah sampel

F^2 = Efek ukuran (0,1)

u = banyaknya perubahan dalam penelitian

L = fungsi power (u), hasil tabel power = 0,95

Pada rumus, maka sampel yang diambil sebanyak:

$$\begin{aligned} N &= \frac{L}{F^2} + u + 1 \\ N &= \frac{19,76}{0,1} + 5 + 1 \\ N &= 203,6 \approx 204. \end{aligned}$$

N= 204 responden

dapat disimpulkan bahwa dari hasil perhitungan jumlah sampel sebanyak 204 responden yang akan diambil.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel suatu wilayah populasi. *Non-probability sampling* memiliki persyaratan untuk pengambilan sampel dan tidak dapat diambil sampelnya oleh semua anggota sampel, sedangkan *probability sampling* adalah pengambilan sampel secara acak yang dapat digunakan oleh semua anggota populasi. Ada dua jenis teknik pengambilan sampel, *sampling probability* dan *sampling non-probability*. (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan bagian dari *non-probability sampling* yang memiliki arti bahwa peneliti menetapkan ciri khusus pada pengambilan sampel (Sugiyono, 2019) yakni:

1. Responden berusia minimal 17 tahun
2. Responden pengguna aktif Lazada lebih dari 1 tahun
3. Responden pernah berbelanja minimal 1 kali di *e-commerce* Lazada

3.5 Sumber Data

Ada dua jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, data primer dan data sekunder. adapun penjelasannya sebagai berikut :

1. Data Primer

Data Primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang memeriksa atau oleh orang yang membutuhkannya. Hasil survei dan persepsi lapangan yang dipimpin oleh analis adalah contoh informasi penting yang dapat disediakan oleh sumber data, khususnya individu (Barsah, 2019).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber-sumber yang ada (Sugiyono, 2019). Data penting yang telah diperoleh dapat mengambil manfaat dari informasi ini. Tinjauan ini mengumpulkan data tambahan dari buku harian, penelitian sebelumnya, proposal, tesis, buku, dan artikel penting tentang subjek investigasi..

3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan beberapa teknik pengambilan data yaitu melalui:

1. Kuesioner

Tujuan dari kuesioner adalah untuk menanyakan pertanyaan atau pernyataan responden tentang promosi, kemudahan, dan kepercayaan, yang semuanya berdampak pada keputusan pembelian. Skor responden pada skala Likert digunakan untuk mengevaluasi tingkat jawaban responden. Instrumen dengan nilai persetujuan yang jelas sampai sangat tidak setuju adalah skala Likert. yang ditunjukkan melalui tabel sebagai berikut:

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)

2. Wawancara

Wawancara adalah proses menanyai responden secara langsung untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian. Peneliti berhubungan erat dengan masyarakat tiban indah selama wawancara untuk memeriksa data yang terkait dengan penelitian.

3. Observasi

Untuk mengumpulkan informasi, peneliti mengamati subjek penelitiannya secara langsung. Pengamat penelitian ini mendatangi langsung masyarakat di sekita tiban indah untuk melihat kondisi dan situasi di lapangan serta mencari permasalahan yang terkait dengan variabel yang diteliti..

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono, (2019) variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan atau terjadinya variabel terikat atau variabel terkait disebut sebagai variabel bebas, stimulus, prediktor, variabel eksogen, atau variabel anteseden. Faktor-faktor yang diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menetapkan atau menentukan hubungan antara fenomena yang diamati dikenal sebagai variabel bebas. Variabel-variabel ini memiliki pengaruh terhadap penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini ialah promosi (X1), kemudahan (X2) dan kepercayaan (X3).

3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono, (2019) *dependent variable* sering disebut variabel yang dipengaruhi atau disebabkan oleh adanya variabel bebas. Oleh karena itu, variabel terkait sering digunakan untuk menyebut variabel terikat. Besarnya variabel bebas menentukan seberapa besar variabel ini berubah. Variabel Independen, atau koefisien, atau besarnya perubahan variabel bebas, akan memberikan peluang terjadinya perubahan pada variabel terkait atau variabel terikat. Artinya, diantisipasi bahwa variabel terikat juga akan berubah setiap kali jumlah unit variabel bebas berubah.

Tabel 3. 3 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Promosi (X1)	Menurut Handoko (Siswati & Evyanto, 2021), Promosi adalah semacam upaya terkoordinasi dari suatu perusahaan atau organisasi untuk pelanggan dalam rangka menerangi, membujuk dan mengingatkan tentang sesuatu yang benar-benar direncanakan untuk mempengaruhi atau mendapatkan peluang dari pembeli	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan 2. <i>Personal selling</i> 3. Publisitas 4. Promosi penjualan 5. <i>Direct selling</i> 	Likert
2	Kemudahan (X2)	Menurut (Ilmiyah & Krishernawan, 2020) kemudahan ialah tolak ukur yang menjadi indeks yang dipercaya bahwa teknologi mudah digunakan sehingga memberi suges positif ke konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Easy to learn</i> Kondisi 2. <i>Controllable</i> 3. <i>Flexible</i> 4. <i>Easy to use</i> 5. <i>Clear and understandable</i> 	Likert
3	Kepercayaan (X3)	Menurut Rafidah (Nasution dkk, 2020) kepercayaan adalah sebuah pertimbangan konsumen dalam meyakinkan diri sebelum membeli barang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Integritas 2. Kebaikan 3. Kompetensi 4. Keamanan merek 5. Kejujuran merek 	
4	Keputusan pembelian (Y)	Menurut (Yoeliastuti dkk, 2021) keputusan pembelian ialah hasil keputusan yang diberikan dengan beberapa pilihan yang ada setelah melewati serangkaian tahapan keputusan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya kebutuhan 2. Mencari informasi 3. Mengevaluasi produk 4. Memutuskan pembelian 5. Feedback 	Likert

Sumber : Data Penelitian, 2022

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Uji Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono, (2019) Istilah "statistik deskriptif" mengacu pada proses pengumpulan, pengorganisasian, pengikhtisaran, dan penyajian data dengan maksud membuat data lebih bermakna, mudah digunakan, dan mudah dipahami

dikenal sebagai statistik deskriptif. Tanpa maksud untuk menggeneralisasi sampel ke populasi, statistik deskriptif adalah terbatas pada memberikan deskripsi atau gambaran umum tentang karakteristik objek yang diteliti. Statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan karakteristik kumpulan data atau memberikan gambaran tentangnya tanpa membuat generalisasi.

Investigasi yang jelas melengkapinya tanggapan terhadap survei yang dirancang khusus untuk mengamati distribusi tanggapan untuk memperoleh gambaran umum yang terfokus. Dalam menetapkan skala maka menggunakan rumus

$$RS = \frac{N(M-1)}{M}$$

Rumus 3. 2 Rentang Skala

Ket :

RS = Rentang Skala

N = Total Sampel

M = Total alternative tanggapan tiap item

$$RS = \frac{204(5-1)}{5} = 163,2$$

pada rumus didapati hasil 163,2 untuk tanggapan 1 sampai dengan 5, maka dapat ditentukan tabel rentang skala berikut:

Tabel 4. 1 Rentang Skala

Rentang Skala	Kriteria
204 – 367,2	Sangat Tidak Baik/Sangat Rendah
367,3 – 530,5	Tidak Baik/Rendah
530,6 – 693,7	Cukup/Sedang
693,8 – 856,9	Baik/Tinggi
857 - 1020	Sangat Baik/Sangat Tinggi

Sumber: Olah data peneliti, 2022

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah uji yang digunakan untuk menguji ketepatan atau keakuratan sebuah instrument penelitian. Uji validitas merupakan uji yang menggunakan *person correlation*. Jika pengukuran pada uji validitas tidak valid maka instrument ini tidak ada manfaatnya.

Menurut Kartika dkk, (2019) dasar pengambilan keputusan yang digunakan untuk menguji validitas kuesioner adalah :

1. Jika r hitung positif dan r hitung $>$ r tabel maka variabel tersebut valid.
2. Jika r hitung negatif serta r hitung $<$ r tabel maka variabel tersebut tidak valid.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang mencari sejauh mana data yang sama akan dihasilkan oleh hasil pengukuran menggunakan objek yang sama (Adha dkk, 2019). Uji ini menggunakan *cronbach alpha* sebagai acuannya, dimana apabila hasil *cronbach alpha* $>$ 0,60 maka dapat dikatakan reliabel. Namun jika $<$ 0,60 maka instrument tersebut tidak dapat digunakan.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Untuk menentukan apakah variabel dependen dan independen terdistribusi normal sebelum menggunakan model regresi. P-p plot normal dan grafik Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk uji normalitas. Nilai residual tidak dapat dikatakan berdistribusi normal jika titik-titiknya menjauh dari garis normal, namun

dapat dikatakan berdistribusi normal jika titik-titiknya berada pada garis diagonal (Ahmad et al., 2019). Distribusi normalitas memerlukan kondisi sebagai berikut:

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

Pengujian multikolinearitas digunakan keadaan di mana model regresi berganda mengungkapkan korelasi atau hubungan yang kuat antara dua atau lebih variabel independen.. Uji ini dilihat pada besaran *Variance Inflation Factor* (VIF), apabila nilai VIF < 10 maka dapat digunakan untuk uji selanjutnya dan tidak terdapat gejala multikolinearitas (Ahmad dkk, 2019).

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas digunakan untuk pengujian selanjutnya, uji ini digunakan untuk melihat apakah ada ketidaksamaan *variance* dari residual. Uji heteroskedastisitas dilihat pada grafik *scatterplot*. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar dibawah dan diatas angka 0 (Ahmad dkk, 2019).

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Qoyyimah dkk, (2019) regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas dalam persamaan regresi linier berganda dapat dilihat dengan metode ini, yang digunakan

untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antar variabel. Persamaan regresi linear berganda dijelaskan dalam rumus yaitu:

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

Rumus 3. 1 Analisis Linier Berganda

Sumber : (Kilvin & Siagian, 2020)

Ket:

Y = Variabel Dependen

a = Constant

b = Coefficient regresi

x = Variabel Independen

e = Variabel pengganggu

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ma'ruf & Chair, (2020) koefisien determinasi yaitu mengukur besarnya pengaruh antar variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan analisis koefisien determinasi sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Rumus 3. 2 Koefisien Determinasi

Sumber : (Ma'ruf & Chair, 2020)

Keterangan :

KD = Nilai Koefisien Determinasi

r^2 = Nilai Kuadrat Koefisien korelasi

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t

Menurut Ahmad dkk, (2019) uji t dilakukan bertujuan mencari pengaruh yang terjadi diantara variabel x dan variabel y secara parsial, yakni:

1. Jika nilai signifikan t hitung $>$ t tabel , maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai signifikan t hitung $<$ t tabel, maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3.9.1 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F

Menurut Ahmad dkk, (2019) uji F dilakukan untuk mencari adanya pengaruh secara bersamaan diantara variabel x dan variabel y. 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.

Pengujian Uji F menurut (Sugiyono, 2019) dapat menggunakan rumus signifikan korelasi ganda sebagai berikut:

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

Rumus 3. 4 Uji F

Sumber : (Sugiyono, 2019)

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda

K = Banyaknya variabel independen

N = Jumlah anggota sampel