

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain kausalitas melihat sebab akibat dari variabel yang telah dipilih untuk diteliti. Dengan tujuan untuk melaksanakan penelitian yang bisa dilogikakan serta mampu membuat pengujian hipotesis dan membuat kesimpulan. Menginvestigasi elemen-elemen seperti kualitas produk, kualitas layanan, dan penawaran khusus yang mempengaruhi pilihan pembelian pelanggan Tokopedia adalah tujuan dari penelitian ini.

Untuk melakukan penelitian kuantitatif untuk penyelidikan ini, kuesioner dan skala Likert digunakan sebagai instrumen penelitian. Penelitian kuantitatif merupakan produk sampingan dari penelitian yang berlandaskan positivisme, menurut Sugiyono (2018:4). Untuk mengkaji ide-ide yang dikemukakan, bentuk penelitian ini menggunakan sampel dan populasi tertentu.

3.2 Sifat Penelitian

Dalam bidang penelitian survei, salah satu kegiatan yang dapat berkembang menjadi rutinitas bagi masyarakat adalah penelitian kebiasaan. Penelitian replikasi yang memiliki sifat pengulangan Kembali penelitian yang sudah ada dan dikembangkan

dengan berbagai variabel yang dibutuhkan pada waktu penyelesaian yang bervariasi.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Kecamatan Lubuk Baja Kota Batam merupakan lokasi yang ditetapkan untuk penelitian.

3.3.2 Periode Penelitian

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Keterangan	2022-2023				
	Sept	Okt	Nov	Des	Jan
Pengajuan Judul	■				
BAB I		■			
BAB II		■			
BAB III		■	■		
Penyebaran Kuesioner			■		
Pengolahan Data				■	
BAB IV				■	
BAB V				■	
Penyerahan Hasil					■

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi terbentuk pada area yang lebih luas terdiri dari individu dan objek yang sifat dan kualitasnya harus diperiksa untuk menarik kesimpulan (Aulia & Furyanah, 2022).

Berdasarkan uraian tersebut maka masyarakat yang berdomisili di Kota Batam yang melakukan pembelian pada toko

jiniso.id di *marketplace* Tokopedia, dimana jumlah konsumennya tidak diketahui yang menjadi populasi dalam penelitian ini.

3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Populasi dan sampel dimaksudkan untuk memberikan representasi yang akurat dari populasi secara keseluruhan. Karena jumlah penduduk yang tinggal di Kota Batam sangat banyak dan tidak mungkin untuk memperkirakan jumlah pastinya, maka peneliti akan menggunakan sampel dan populasi. Rumus Lemeshow, semacam rumus yang hanya digunakan untuk populasi yang jumlah pastinya tidak diketahui atau tidak pasti, diimplementasikan dalam penelitian ini (Selly & Rustam, 2022). Perhitungan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

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

Rumus 3.1 Lemeshow

Sumber: (Caniago & Rustanto, 2022)

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai standar = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = alpha (0,01) atau Sampling error = 10%

Berdasarkan rumus diatas, maka $n = \frac{(1.96)^2 0,5(1-0,5)}{(0,1)^2} = 96,04$

Menurut perhitungan yang disajikan sebelumnya, jumlah responden yang berpartisipasi dalam survei ini adalah 96, yang kemudian dibulatkan menjadi 100.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik *Purposive Sampling* bagian dari *non random sampling* guna memastikan hasil kutipan yang menghasilkan kecocokan atas penelitian yang dilakukan (Lenaini, 2021). Berdasarkan hal ini, peneliti memberikan pengukuran sebagai aturan praktis untuk mengetahui cara mengukur populasi. Pengukuran ini terlihat seperti ini:

1. Konsumen merupakan pengguna Tokopedia aktif
2. Usia konsumen diatas 17 tahun keatas
3. Minimal 1 kali konsumen melakukan pembelian produk Jiniso.id di Tokopedia.

3.5 Sumber Data

3.5.1 Data Primer

Wawancara konsumen dilakukan melalui kuesioner yang disebarkan secara langsung atau tanggapan atas pernyataan responden terhadap kuesioner yang diberikan oleh peneliti. (Maharani, 2020).

3.5.2 Data Sekunder

Dokumen pemerintah, penelitian sejarah, literatur, dokumen perusahaan, situs web perusahaan, analisis industri media, dan jurnal yang memiliki hubungan kuat dengan subjek penelitian adalah sumber data sekunder yang baik. (Maharani, 2020).

3.6 Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan merupakan studi literatur, perolehan data dikompilasi, dianalisis, dan ditarik kesimpulan (Mujtahidin & Oktarianto, 2022)

3.7 Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Independen (X)

Penelitian ini terdapat variabel bebas berikut ini Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Promosi (X3) dan keputusan pembeli(Y). Independen variabel dapat mempengaruhi variabel terikat atas keberadaanya (Surti & Anggraeni, 2020).

3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel terikat ditaklukan variabel bebas yang mempengaruhi keberadaannya disebut sebagai variabel output, kriteria atau implikasi (Aulia & Furyanah, 2022). Keputusan pembelian (Y) ialah variabel dependen dalam penelitian ini.

Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk merupakan penilaian yang dilakukan konsumen terkait buruk atau tidaknya produk yang dihasilkan (Minarti & Ginoga, 2022)	1. Produk 2. Merek 3. Waktu 4. Lokasi	Likert
Kualitas Pelayanan (X2)	kualitas pelayanan merupakan tingkat harapan yang diinginkan pelanggan dapat memenuhi keinginannya (Effendy & Lasman, 2018)	1. Keandalan (<i>Reliability</i>) 2. Daya tangkap (<i>Responsiveness</i>) 3. Empati (<i>Empathy</i>) 4. Bukti Nyata (<i>Tangible</i>)	Likert
Promosi (X3)	Promosi adalah proses melakukan kegiatan pemasaran berupa penyaluran penawaran dalam berbagai format dengan tujuan untuk memikat klien. (Julita & Syaifullah, 2012: 3)	1.Promosi dari mulut ke mulut 2.Promo diskon	Likert

Keputusan Pembelian (Y)	Ketika konsumen mengadopsi sikap atau terlibat dalam perilaku yang diperlukan untuk memilih di antara pilihan barang yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, inilah saat konsumen membuat keputusan pembelian. (Keren & Sulistiono, 2019)	1. Merasakan keinginan 2. tindakan yang dilakukan sebelum melakukan pembelian 3. Sikap seseorang saat mengenakan 4. Setelah pembelian awal	Likert
-------------------------	---	---	--------

Sumber: Peneliti 2022

3.8 Metode Analisis Data

Program SPSS 25 yang membantu proses pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti

3.8.1 Analisis Deskriptif

Jenis analisis data di mana data yang terkumpul dideskripsikan dalam bentuk aslinya tanpa asumsi atau generalisasi tentangnya disebut sebagai analisis deskriptif (Pahlawan et al., 2019). Analisis deskriptif digunakan untuk mengisi tabel distribusi frekuensi dan menilai apakah skor penelitian dapat dipahami dalam berikut adalah rumus perhitungan rentang skala berikut:

$$RS = n \frac{n(m-1)}{m} \quad \text{Rumus: 3.2 Rentang Skala}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap item

RS = rentang skala

Untuk mencari interval rentang skala dengan menentukan skor tertinggi dan terendah. Pemilihan sampel responden berjumlah 100 orang dan total opsi pernyataan jawaban berjumlah 5 orang.

Tabel 3.3 Rentang Skala

Skor	Kriteria
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Setuju
1,80 – 2,59	Kurang Setuju
2,60 – 3,39	Netral
3,40 – 4,19	Setuju
4,20 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti, 2022

3.8.2 Uji Kualitas Data

Pengujian yang disyaratkan dalam sebuah penelitian terdiri atas instrumen kuesioner, bertujuan agar data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan atas kebenarannya.

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas penting dilakukan pada hasil perolehan jawaban responden pada kuesioner dengan perolehan pengukuran kevalidan (Aulia & Furyanah, 2022). Untuk mengetahui seberapa akurat suatu

tes ukur mengukur hal yang diukur adalah tujuan validasi tes tersebut. .
sehingga, pengukuran yang dikatakan valid adalah pengukuran yang
tepat untuk mengukur sebuah objek.

Uji validitas akan mencakup tentang hubungan antara setiap
item dan skor keseluruhan pada variabel. Perbandingan r_{hitung} dengan
 r_{tabel} sehingga, didapatkan tingkat kesalahan sebesar 5%. Sementara itu
nilai r_{tabel} dalam penelitian ini dengan nilai signifikan sebesar 0,05.

1. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka, item pernyataan valid.
2. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka, item pernyataan dinyatakan
tidak valid.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Istilah reliabilitas yang berasal dari kata reliabilitas dengan arti
percaya, atau reliabel dengan arti dapat dipercaya, diterjemahkan
sebagai (tes reliabilitas). Reliabilitas sangat terkait dengan ketepatan
instrumen dalam mengukur apa yang akan diuji (Suri & Nainggolan,
2022). konsistensi hasil yang ditemukan setelah melakukan
pengukuran berulang pada berbagai waktu. Pengulangan atas gejala
yang sama tingkat konsisten dapat digunakan untuk menilai keandalan
alat ukur.

Untuk mengevaluasi reliabilitas, nilai *Alpha-Cronbach*
digunakan Koefisien *Alpha-Cronbach* dianggap sebagai bagian
integral dari satu variabel. Tingkat reliabilitas telah terpenuhi bila $<$

0,7 sebaliknya, jika nilai *Alpha* lebih $> 0,5$, maka reliabilitasnya rendah dan item tersebut sebaiknya tidak digunakan. Kriteria berikut dapat digunakan untuk menilai reliabilitas:

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Untuk mengetahui variabel pengganggu yang terdapat di dalam model regresi dimensi normal, model regresi normal pastinya mempunyai distribusi data normal atau hampir normal (Santosa, 2019). Dengan menggunakan analisis grafis dan uji statistik yang dikenal sebagai *Kolmogorov-Smirnov*. Uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* memperlihatkan *Asymp.Sig (2-Tailed)* yang membuktikan data tersebut normal atau tidak normal.

Hasil penelitian dikatakan berdistribusi normal jika *Asymp.Sig (2-Tailed)* $> 0,05$ atau 5%. sehingga, jika $< 0,05$ atau 5%. Maka, data tidak terdistribusi normal atau tidak sesuai dengan standar uji uji normalitas. Jika grafik histogram berdistribusi normal, yang menegaskan apabila model regresi memenuhi asumsi normalitas, atau jika terdapat data yang menyebar di sekitar garis diagonal yang mengikuti arah grafik historgramnya dapat menunjukkan distribusi normal sehingga, model regresi dapat memenuhi uji normalitas.

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui penyimpangan yang terjadi digunakan uji multikolinieritas. Cara yang digunakan penulis dalam pengujian multikolinieritas melihat nilai tolerance atau *variance inflation factor* (VIF) (Halim & Iskandar, 2019). Variabilitas yang dilakukan *Tolerance* terhadap variabel independen dan dapat dijelaskan variabel lainnya. Nilai (VIF) yang tinggi (karena $VIF = 1/ \text{Tolerance}$) sama dengan nilai *Tolerance* yang rendah dan nilai yang berbeda (*cut off*) umumnya digunakan untuk memperlihatkan keberadaan multikolinieritas pada nilai tolerance $> 0,10$ dan sama nilai VIF < 10 .

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam uji regresi terdapat kesamaan varians residual, Apabila varians pengamatan tetap maka disebut homoskedastisitas. Homoskedastisitas didefinisikan sebagai varian dari pengamatan tetap konstan, dan heteroskedastisitas sebagai varian dari pengamatan yang berubah. Untuk memastikan apakah suatu regresi memiliki varian residu yang sama atau tidak, digunakan uji heteroskedastisitas. (Kasanti et al., 2019).

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Uji Regresi Linier Berganda dilakukan untuk mengukur suatu hubungan antara 2 variabel atau lebih, dan menunjukkan arah hubungan

antara variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) dengan variabel independen Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan promosi (X3) (Mukarromah et al., 2019) dengan menggunakan perhitungan SPSS 25.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Rumus: 3.3 Regresi Linier berganda

Keterangan:

Y : Nilai Prediksi Variabel Dependen

X_1, X_2 : Variabel Independen

b_1, b_2 : Koefisien Regresi

a : Konstan Persamaan Regresi

e : Variabel Pengganggu

3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat diukur dengan menggunakan koefisien determinasi (Y). Dengan kata lain, X hanya dapat menjelaskan $r^2\%$ dari varians dalam variabel dependen (Y), dengan sisa varians dijelaskan oleh variabel lain. (Imron, 2019).

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji t

Jika ingin mengetahui variabel independen dan dependen memiliki dampak yang terlihat pada variabel dependen maka perlu dilakukan uji t. Keputusan Pembelian (Y) merupakan variabel yang

diteliti dalam penelitian ini, sedangkan Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Promosi (X3) merupakan faktor independen (Halim & Iskandar, 2019). Fitur uji t diterapkan dalam inkuiri saat ini dengan ketetapan nilai sig. 0,05 atau = 5%. Ho diterima sedangkan Ha ditolak, yang ditunjukkan dengan signifikansi $t_{hitung} > t_{tabel}$ Bila signifikansi $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka, Ho tidak dapat diterima sedangkan Ha diterima. Selain itu, diketahui $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka, Ho diterima dan Ha ditolak dan diketahui nilai *P value* < 0,05 maka, Ho ditolak dan Ha diterima.

3.8.5.2 Uji F

Pengujian yang digunakan untuk melihat besaran pengaruh variabel independen dalam model terhadap variabel dependen secara bersamaan (Saputra & Yulistianis, 2019). Beberapa kriteria berbeda digunakan untuk sampai pada kesimpulan hipotesis. Pengujian ini dilakukan dengan metode membandingkan antara nilai f_{hitung} dengan f_{tabel} . dapat digunakan untuk melakukan pengujian ini.

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)} \quad \text{Rumus: 3.4 F hitung}$$

Keterangan:

R² : Koefisien korelasi berganda

K : Banyaknya variabel bebas

n : Banyaknya anggota sampel.