

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif, yaitu menggunakan penelitian yang untuk meneliti populasi dan sampel, mengumpulkan data memakai alat untuk meneliti, menganalisis data bersifat kuantitatif, tujuannya adalah memeriksa hipotesis yang sudah ditetapkan. variabel bebas menggunakan penelitian yang ini yaitu Promosi, Atribut Produk, dan Loyalitas Konsumen, variabel terikat yakni keputusan pembelian.

3.2. Sifat Penelitian

Pengaruh Promosi, Atribut Produk, dan Loyalitas Konsumen terhadap dalam keputusan pembelian di Tokopedia. Objek penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi Tokopedia.

3.3. Lokasi dan periode Penelitian

3.3.1. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi Tokopedia.

3.3.2. Periode penelitian

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

NO	Nama Kegiatan	September	Oktober	November
		1	2	3
1	Membuat Judul			
2	Mengkerjakan Bab 1			
3	Mengkerjakan Bab 2			
4	Mengkerjakan Bab 3			

Sumber : Peneliti 2022

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018:98) Populasi adalah suatu wilayah generalisasi terdiri atas objek atau subjek mempunyai ciri karakteristik dan kualitas, peneliti menetapkan untuk mempelajari dan menarik kesimpulannya. Penelitian ini yaitu konsumen atau pelanggan yang pernah membeli produk di Tokopedia.

3.4.2. Sampel

Menurut Rofi'uddin (2018:100) sampel adalah jumlah contoh dari populasi yang mempunyai suatu ciri karakteristik sama dengan populasi, yang secara langsung dijadikan sasaran penelitian.

Peneliti dalam mengambil sampel dengan menggunakan teknik sampel non probabilitas yaitu teknik sampel aksidental.

Sampel diambil berdasarkan rumus Lemeshow:

$N = \frac{Z^2 \cdot P(1-P)}{d^2}$	Rumus 3. 1 Rumus Lemeshow
------------------------------------	----------------------------------

Sumber : Riduwan dan Akdon, (2019 : 177)

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

Keterangan :

N = Jumlah sampel

Z = Tingkat kepercayaan = 1,96P =

Maksimal estimasi = 0,5

$D = \text{Alpha } (0,10) \text{ atau Sampling error } = 10\%$

Hasil perhitungan sampel adalah 96 responden, peneliti membulatkan menjadi 100 responden.

3.4.3. Teknik Pengambilan Sampel

Menggunakan teknik pengambilan sampel tidak dipilih secara acak yang menentukan sampel dengan adanya pertimbangan, memperhatikan responden yang mau dan menyebar angket menggunakan teknik aksidental.

3.5. Sumber Data

Penelitian untuk mengambil sumber dari data, peneliti menggunakan data primer.

1. Data primer

Peneliti mendapatkan data langsung dari suatu sumber, tanpa perantara. Mendapatkan data ini dari konsumen atau pelanggan yang pernah membeli produk di Tokopedia.

2. Data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang didapatkan dari data yang tersedia. Sumber data sekunder peneliti menggunakan jurnal yang dianalisis oleh peneliti.

3.6. Metode Pengumpulan data

Metode mengumpulkan data dari peneliti yaitu dengan membuat pertanyaan kuesioner yang untuk memberikan kepada responden untuk menjawab pertanyaan kuesioner tersebut. Bentuk jawaban kuesioner yang diberikan kepada responden untuk menjawab kuesioner tersebut yaitu dengan menggunakan skala likert. Pertanyaan kuesioner tersebut dibuat angka 1-5,

1 = sangat tidak setuju, 3 = netral, 5 = sangat setuju.

3.6.1. Kuesioner (Angket)

Peneliti mengumpulkan data responden dengan cara menggunakan kuesioner atau angket. Dengan membuat kuesioner dan membagikan kepada pelanggan atau konsumen yang pernah membeli produk di Tokopedia untuk mengisi kuesioner tersebut.

3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Pengoperasionalan konsep adalah menjelaskan ciri karakteristik dari objek ke dalam elemen yang bisa diobservasi menyebabkan konsep bisa terukur dan dioperasionalkan di dalam riset. Hasilnya yaitu definisi konsep dari setiap variabel dan menggunakan konsep di riset. (Hartono,2017:2380).

3.7.1. Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono (2017:94) variabel independen adalah variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau timbulnya variabel dependen atau variabel terikat.

Tabel 3. 2 Operasional Variabel X (Promosi, Atribut Produk,dan Loyalitas Konsumen)

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Promosi (X ₁)	Menurut Zahara & Sembiring,2021 promosi adalah memberikan suatu informasi kepada masyarakat mengenai penawaran dari suatu produk tersebut agar konsumen bisa tertarik membeli suatu produk ataupun jasa yang ditawarkan.	1.Advertising/ periklanan 2.Personal selling/penjualan personal 3.Sales promotion/ promosi penjualan 4.Public relation/publisitas	Likert

Atribut Produk (X_2)	Menurut Kotler dan Amstrong (2019) atribut produk adalah mengembangkan produk atau jasa dengan melibatkan menentukan memberikan suatu manfaat.	1. Merek produk 2. Kemasan produk 3. Label produk 4. Desain produk	Likert
Loyalitas Konsumen (X_3)	Menurut Tjiptono (2022:250) Loyalitas konsumen adalah konsumen berkomitmen terhadap merek tersebut berdasarkan sifat positif dalam pembelian dalam waktu yang jangka panjang.	1. Trust 2. Emotion commitment 3. Switching cost 4. Word of mouth 5. Cooperation	Likert

Sumber: Data Sekunder, 2022

3.7.2. Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2017:94) variabel dependen adalah variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas.

Tabel 3. 3 Operasional Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Schiffman dan Kanuk (2021:76) keputusan pembelian adalah adanya alternatif rencana dengan dua pilihan atau lebih.	1. Sesuai kebutuhan 2. Mempunyai manfaat 3. Ketepatan dalam membeli produk 4. Pembelian berulang	Likert

Sumber: Data Sekunder, 2022

3.8. Metode Analisis Data

Peneliti menganalisis suatu data dengan memakai suatu teknik

analisis regresi linear berganda yang melibatkan melebihi satu variabel bebas.

3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian ini dengan bertujuan mengetahui nilai setiap variabel, baik satu variabel atau lebih yang sifatnya independen untuk memperoleh gambaran terhadap variabel tersebut. (Sujarweni,2020).

Tabel 3. 4 Skala Likert

Keterangan	Kode	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Kurang Setuju	KS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Data Sekunder, 2022

3.8.2. Uji Kualitas Data

Ada 2 pengujian kualitas data adalah pengujian validitas data dan pengujian reliabilitas data didapatkan dari hasil kuesioner.

3.8.2.1. Uji validitas Data

Menurut Sugiharto dan Sitinjak (2021:433), uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan menggunakan alat ukur sejauh mana dalam mengukur apa yang diukur.

Rumus uji validitas data:

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

Rumus 3. 2 Uji Validitas Data

Sumber : Arikunto, (2019:42)

Keterangan :

R = Koefisien korelasi

= Jumlah responden

X = Skor pertanyaan

= Skor total

Penilaian suatu uji validitas :

1. Jikalau r hitung $>$ r tabel. yang artinya kuesionernya valid
2. Jikalau r hitung $<$ r tabel. yang artinya kuesionernya tidak valid

3.8.2.2. Uji Reliabilitas Data

Menurut Sugiharto dan Situnjak (2021:433) uji reliabilitas adalah instrument digunakan penelitian untuk mendapatkan informasi digunakan bisa dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan bisa menyatakan informasi yang ada di lapangan.

Rumus uji Reliabilitas Data :

$$a = \frac{(K)}{(k-1)} \frac{(\sum S_1^2)}{(S^2)}$$

Rumus 3. 3 Uji Reliabilitas Data

Sumber : Arikunto, (2019 : 43)

Keterangan :

K = Banyaknya total pertanyaan

S_1^2 = Nilai varians dengan jawaban item yang ke i

S^2 = Nilai varians dengan skor total

Penilaian suatu uji Reliabilitas Data :

1. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$ = instrumen penelitian reliabel.
2. Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,6$ = instrumen penelitian tidak reliabel.

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas yang bertujuan untuk menguji data yang menggunakan model regresi distribusi normal atau tidak, bisa dengan menggunakan metode histogram Jarque Bera (JB) untuk pengambilan keputusannya. (Ghozali, 2017:95) yaitu :

1. Jika nilai probabilitas di histogram $< 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti data tidak distribusi normal.
2. Jika nilai probabilitas di histogram $> 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti data distribusi normal.

3.8.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas yang bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan apakah ada korelasi antar variabel bebas, seharusnya tidak ada korelasi di antara variabel bebas. Bisa

menggunakan uji correlation dengan matriks korelasi. Untuk pengambilan keputusannya. (Cicik Ratnasih, 2017:95) yaitu :

1. Jika nilai matrix korelasi $> 0,80$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti model mengandung multikolinearitas.
2. Jika nilai matrix korelasi $< 0,80$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti model tidak mengandung multikolinearitas.

3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yang bertujuan untuk menguji model regresi apakah adanya tidak sama varians dari residual dimana satu pengamatan ke lain tetap disebut homokedastisitas, sedangkan yang berbeda disebut heteroskedastisitas dengan menggunakan metode uji white. Untuk pengambilan keputusannya. (Cicik Ratnasih, 2017:95) yaitu :

1. Jika nilai probabilitas Chi squared $< 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, bearti ada masalah heteroskedastisitas.
2. Jika nilai probabilitas Chi squared $> 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, bearti tidak ada masalahheteroskedastisitas.

3.8.4. Uji Pengaruh

3.8.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda yaitu metode yang digunakan untuk untuk menentukan kemungkinan bentuk hubungan dari antara variabel, juga mendapatkan koefisien regresi menentukan hipotesis yang dibuat apakah diterima atau ditolak. Tujuannya yaitu meramalkan dan juga memperkirakan nilai dari satu variabel lain. (Cicik Ratnasih, 2017 : 96)

Rumus Uji Regresi Linier Berganda :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e_i$$

Rumus 3. 4 Uji Regresi Linear Berganda

Sumber : Sugiyono, (2019 : 43)

Keterangan :

Y = Variabel dependena

= Konstanta

b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi

x_1, x_2, x_3 = variabel independenei

= standard error / epsilon

3.8.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi yaitu angka menunjukkan besar kontribusi pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat. R^2 bisa menjelaskan menggunakan dari model regresi dengan memberikan informasi tentang variasi nilai variabel dependen, jika R^2 mendekati satu artinya ada hubungan yang kuat. R^2 untuk mengukur berapa jauh kemampuan suatu model dalam menjelaskan variabel terkait.

R^2 mempunyai jangkauan antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin besar nilai R^2 (mendekati 1) artinya pengaruh variabel bebas bersama-sama kuat dan jika R^2 mendekati 0 artinya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat bersama-sama lemah.

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1. Uji Parsial (Uji T)

Priyanto (2020:151) uji T berguna untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen yang berpengaruh secara signifikan atau tidak.

Rumus uji T :

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

Rumus 3. 5 Uji T

Sumber : Santoso Slamet, (2019:44)

Keterangan

T = Nilai t hitung signifikan dibandingkan t tabel R

= Koefisien korelasi hasil R hitung

n = Total sampel atau jumlah responden

Ketentuan Uji t yaitu :

1. Jikalau nilai signifikan $> 0,05$ artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. Jikalau nilai signifikan $< 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3.9.2. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Imam Ghozali (2020:155) uji F bertujuan untuk bisa mengetahui pengaruh variabel independen yang bersama-sama terhadap variabel dependen.

Rumus F hitung : F

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

Rumus 3. 6 Uji F

Sumber : Santoso Slamet, (2019:45)

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

N = Total sampel atau jumlah anggota sampel

$K =$ Total dari variabel bebas atau jumlah variabel independen

Kriteria pengambilan keputusan yaitu :

1. Jikalau nilai signifikan $> 0,05$ artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. Jikalau nilai signifikan $< 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima.