

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausalitas. Desain penelitian kausalitas adalah yang di susun untuk penelitian yang memungkinkan adanya sebab akibat yang terjadi antara variabel. (Wahyuni & Irfani, 2019) Penelitiannya ini memakai metode kuantitatifnya dengan menyebarkan kuesionernya sebagai acuannya didalam mengumpulkan datanya.

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah replikasi yaitu penelitian yang serupa berulang dari penelitian sebelumnya tetapi dengan objek, variabel dan periode yang berbeda. Replikasi dapat meningkatkan validitas hasil penelitian dan kemampuan menggeneralisasi lebih luas. Perbedaan antara penelitian ini dan sebelumnya terletak pada objek penelitian, periode dan variabel (Udayana & Ramadhan, 2019).

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini yakni dilakukan pada mahasiswa Universitas Putera Batam.

3.3.2 Periode Penelitian

Periode penelitian merupakan jangka waktu penelitian ini mulai dilaksanakan pada bulan maret 2022 sampai Agustus 2022. Pada tabel 3.1 merupakan waktu kegiatan pada penelitian ini :

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Kegiatan	Waktu Kegiatan																							
	Maret 2022				April 2022				Mei 2022				Juni 2022				Juli 2022				Agustus 2022			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul		■	■	■																				
Pencarian Referensi					■	■	■	■																
Mengumpulkan data									■	■	■	■												
Pengolahan Data													■	■	■	■								
Pembuatan Laporan																	■	■	■	■				
Pengumpulan Skripsi																							■	

Sumber : Peneliti, 2022.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiono, 2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diharapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian masyarakat yang menggunakan aplikasi Lazada, dikarenakan populasi pengguna aplikasi Lazada di Kota Batam cukup banyak untuk di hitung.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel adalah sejumlah bagian dari populasi. Semua populasinya bisa di wakikan dengan karakteristiknya tiap populasi yang di sesuaikan dengan kebutuhannya peneliti.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik pengambilannya sampel didalam penelitiannya ini ialah *nonprobability sampling* yakni tekniknya yang tak memerikan kesempatannya ataupun peluangnya yang serupa untuk tiap elemennya ataupun populasinya yang di pilih untuk di jadikan sampel.

Dikarenakan besar populasi dalam penelitian ini belum diketahui pasti, maka digunakan pengambilan sampel penelitian ini dengan rumus Chochran.

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Rumus 3.1 Rumus Chochran

Dimana :

n = Jumlah sampel

z = nilai 1,96

p = Peluang benar (0,5)

q = Peluang salah (0,5)

e = *error* (5%)

Nilai Z di dapatkan didalam tabel statistika yang berisikan area di bawah kurva normal. Berdasar hasilnya yang sudah di hitung memakai rumus Chochran makanya sempelnya yang di peroleh yakni 96,04 yang di bulatkan menjadi 100 responden.

3.5 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Sumber primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sumber sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Sugiyono, 2019 : 194). Pada penelitian ini, yang dipakai oleh peneliti untuk pengumpulan data ialah menyajikan pernyataan dalam bentuk kuesioner kemudian dibagikan langsung ke para responden.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2019 : 194) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mengumpulkan data.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan membagikan kuesioner yang berisi daftar pernyataan. Mengolah datanya menggunakan program SPSS 25. Angket (kuisisioner) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2019 : 146). Kuesioner ini menggunakan skala *likert* untuk mengukur persepsi seseorang atau kelompok.

Tabel 3.2 Skala Likert

Skala <i>Likert</i>	Kode	Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	ST	4
Ragu-ragu	RG	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : (Sugiono, 2021: 147)

3.7. Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Bebas (Independent)

1. *Ease of Use*

Sebuah rasa percayanya seseorang yang apabila mereka menerapkan sistem tertentu makanya akan terbebas dari upaya (Salsabila, 2021)

2. *Shopping Experience*

Persepsinya yang di hasilkan disaat seseorang mengkoalisiikan informasinya mereka, persepsinya ini dibentuk dari pertemuan konsumennya dengan produknya, jasanya dan bisnisnya (Prasetya & Suryadi, 2020).

3.7.2 Variabel Terkait (Dependent)

1. Keputusan Pembelian *Online*

(Alatas et al., 2019) Keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Dengan artian konsumen yang telah melakukan pembelian produk secara nyata.

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Statistika yang dipergunakan didalam menganasa datanya dengan pendeskripsian ataupun penggambaran datanya yang sudah dikumpulkan tanpa menginginkan menyimpulkan seperti umumnya (Ernawati & Noersanti, 2020).

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Uji ini dipergunakan dalam mengukur pertanyaan apakah memiliki kelayakan dalam mendeskripsikan variable terikatnya. Nilai yang dihasilkan dapat dibuktikan dengan melaksanakan uji 2 sisi dengan signifikan 0. 05, kriteria yang memperlihatkan bahwasanya data yang dikumpulkan valid ataupun tidak (Ghozali, 2016) yaitu:

1. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan signifikan 0. 05 mengartikan bahwasanya pertanyaan tersebut cocok.
2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan signifikan 0. 05 mengartikan bahwasanya pertanyaan tersebut tidak cocok.

3.8.2.2 Uji Reabilitas

Uji ini digunakan agar mengetahui besar konsistensi dalam pertanyaan yang sudah dijawab oleh responden melalui kuisioner. Uji realibilitas diuji secara bersamaan apabila hasil $\alpha > 0. 60$ maka dianggap hasilnya realibilitas (Wibowo, 2017: 154).

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji ini memiliki tujuan guna memahami apakah variable pengganggu atau variable residual dalam suatu model terdistribusi normal atau tidak atau bisa dikatakan uji ini dilaksanakan supaya data yang dikumpulkan mempunyai hasil yang normal (Priyatno, 2018 : 196). Uji ini dipandang tidak valid jika tidak lolos

uji normalitas. Dalam hal ini, upaya yang bisa dipergunakan dalam memahami normalitas nilai residual, yaitu dengan:

1. Analisis Grafik, bahwasanya penganalisan ini merupakan analisis yang mengamati gambar, jika gambar yang dihasilkan memiliki bentuk seperti lonceng maka dianggap bahwasanya data tersebut normal. Di samping itu dengan normal probability plot dapat dianggap normal bahwasanya titik yang dihasilkan mendekati garis diagonal.
2. Analisis Statistik, tidak hanya mengamati hasil dari analisis grafik, namun analisis statistic juga perlu dilakukan untuk mendapatkan hasil yang lebih pasti dan baik. Guna mengukur hasil yang memiliki data normal yakni dengan cara non parametik *Kolmogrov-Smirnov* (Ghozali, 2018 : 163).

Dasar pengambilan keputusan dapat dilaksanakan berdasarkan probabilitasnya, antara lain :

1. Apabila probabilitas $\geq 0,05$ maka distribusinya normal
2. Apabila probabilitas $\leq 0,05$ maka data distribusinya tidak normal

Data dalam suatu model dapat dianggap baik apabila data tersebut sudah dikumpulkan serta diolah menjadi normal sehingga dapat dipandang layak dalam melaksanakan uji statistic. Penelitian ini mempergunakan penganalisan Grafik Histogram, Normal probability plot dan Test of Normality Kolmogrov-Smirnov yang di olah dengan bantuan SPSS 22 dalam uji normalitas datanya.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Sasaran dari melaksanakan uji ini yaitu guna mengetahui ada ataupun tidaknya hubungan sesama variable X pada model regresi penelitian (Priyatno, 2018). Model regresi dianggap baik pada saat tidak didapatkan gejala korelasi atau multikolinearitas di antara variable bebasnya. Cara yang dipergunakan dalam mengetahui ada ataupun tidak adanya gejala multikolinearitas atau gejala korelasi apabila:

1. *Tolerance* $< 0,10$ atau *VIF* > 10 terdapat gejala multikolonieritas.
2. *Tolerance* $> 0,10$ atau *VIF* < 10 tidak terdapat gejala multikolonieritas.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini memiliki tujuan guna mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu periode pengamatan ke satu periode pengamatan laon pada model regresi. Model regresi bisa dianggap baik jika tidak ada heteroskedastisitas dalam sebuah penelitian. Upaya yang dipergunakan peneliti dalam mengetahui adanya heteroskedastisitas, salah satunya dengan uji *Park Gleyser* atau melalui *Scatterplot* (Priyatno, 2018 : 131).

Pada uji park gleyser, disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas jika perolehan signifikansinya $> 0,05$. Sedangkan pada uji *scatterplot*, disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas jika penyebaran titiknya tidak menyerupai pola tertentu. Pada penelitiannya ini digunakan *scatterplot* untuk menentukan uji heteroskedastisitas.

3.8.4. Uji Pengaruh

3.8.4.1 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Karena variable yang dipergunakan dalam penelitian ini lebih dari satu, maka peneliti mempergunakan penganalisisan regresi linier berganda. Pada dasarnya, penganalisisan ini mengkaji tentang hubungan diantara variable dependen dengan variable independennya yakni diantara *ease of use*, dan *shopping experience* terhadap keputusan pembelian.

3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada umumnya menilai dan menjelaskan kemampuan oleh variable Y. Jika R^2 maka variable independent yang dipergunakan belum bisa mewakili sebab-akibat dari variable dependen dengan demikian variable dependen dianggap masih memiliki pengaruh dimana variable yang diperoleh penelitian ini. Jika R^2 mendekati angka satu maka akan dianggap bahwasanya variable Y mencukupi data yang diharapkan.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji T

Uji T di lakukan didalam menelusuri pengaruhnya tiap variabel X (*Ease of Use* dan *Shopping Experience*) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian). Pengujiannya di lakukan dengan melakukan perbandingan diantara t hitungannya > t tabelnya dan signmifikansinya < 0,05 makanya hipotesis di terima, begitu sebaliknya (Nainggolan, 2018).

3.9.2. Uji F

Uji F di gunakan didalam menelusuri apakah variabel X berpengaruh yang signifikan terhadap variabel Y secara bersamaan (Nainggolan, 2018). Dasar penentuan keputusannya ialah:

1. Jika signifikansinya > 0.05 , maka H_0 di terima dan H_a di tolak.
2. Jika signifikansinya < 0.05 , maka H_0 di tolak dan H_a di terima.