

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pengamatan kuantitatif terstruktur, terencana, sistematis serta tidak dipengaruhi kondisi lapangan. Penelitian kuantitatif melibatkan penggunaan angka serta pengumpulan, interpretasi, serta penyajian data. Penyajian output berbentuk foto, tabel serta grafik khas lainnya mengoptimalkan penerimaan pembaca serta informan (Hardani *et al.*, 2020).

Representasi sinyal dan realitas yang terstruktur dan reliabel terkait dengan populasi dan karakteristik kawasan menjadi fokus penelitian ini, yang kemudian dibangkitkan menjadi angka dengan menggunakan metode analisis deskriptif (Hardani *et al.*, 2020).

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat replikasi. Artinya ialah penelitian yang dilakukan dengan menguji ulang hubungan kausal antar variabel yang telah diuji oleh peneliti terdahulu. Pada sifat penelitian ini biasanya dilakukan beberapa penyempurnaan dari penelitian sebelumnya (Sugeng, 2020).

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Batam tepatnya yaitu masyarakat yang berada di Perumahan Muka Kuning Indah 1.

3.3.2 Periode Penelitian

Periode penelitian dilakukan kurang lebih dalam kurun waktu 6 bulan yang dimulai pada bulan maret 2023 sampai proses pengerjaan skripsi ini selesai. Periode penelitian untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

Kegiatan	Tahun dan bulan					
	2023					
	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Perumusan Judul						
Mencari Referensi						
Pengambilan Data						
Pengolahan Data						
Penyusunan Laporan						
Penyerahan Skripsi						

Sumber: Peneliti, 2023

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan nilai-nilai totalitas yang terdapat didalam karakteristik tertentu dari beberapa objek yang ditetapkan oleh peneliti serta dipelajari karakternya (Syaban & Ratnaningrum, 2021). Populasi dalam riset ini yaitu penduduk yang bertempat tinggal di perumahan muka kuning indah 1 yang menggunakan aplikasi Shopee. Oleh karena jumlah penduduk di perumahan muka kuning indah 1 banyak maka peneliti membatasi jumlah populasi dalam penelitian ini berdasarkan kelompok umur 15 – 49 tahun sebanyak 172 orang.

Tabel 3. 2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur Di Perumahan Muka Kuning Indah 1 Tahun 2023

Kelompok Umur	Jumlah
15 – 19	15
20 – 24	60
25 – 29	41
30 – 34	14
35 – 39	19
40 – 44	9
45 – 49	14
Jumlah Total	172

Sumber: RT Perumahan Muka Kuning Indah 1, Tahun 2023

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik yang ada pada populasi (Gultom *et al.*, 2021). Pada penelitian ini sampel yang digunakan merupakan masyarakat yang menggunakan platform Shopee di Perumahan Muka Kuning Indah

1. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N (\varepsilon^2)}$$

Rumus 3. 1 Slovin

Sumber : (Rifkhan, 2023)

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

ε = Standard error (0,05)

Berdasarkan rumus diatas diperoleh sampel sebanyak:

$$n = 172 / 1 + 172 (0,05^2)$$

$$n = 177 / 1 + 172 (0,0025)$$

$$n = 177 / 1 + 0,43$$

$$n = 120,2$$

Jumlah sampel yang didapatkan berdasarkan perhitungan diatas yaitu 120,2

sehingga dibulatkan menjadi 120 responden.

3.4.3 Teknik Sampling

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Non-Probability Sampling* yaitu pengambilan sampelnya tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel. Teknik *Non-Probability Sampling* yang diambil di penelitian ini menggunakan instrumen *purposive sampling*, definisinya ialah dalam menentukan sampelnya dengan pertimbangan atau kriteria tertentu (Anshori & Iswati, 2020). Penulis menentukan kriteria sampel sebagai berikut:

- 1) Masyarakat yang tinggal di Perumahan Muka Kuning Indah 1.
- 2) Masyarakat umur 15 – 49 tahun.
- 3) Masyarakat yang menggunakan platform shopee.

3.5 Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang didapatkan secara langsung dari sumbernya serta dengan menggunakan teknik wawancara dan penyebaran kuesioner. Data sekunder ialah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau melalui orang ketiga (Chandra & Priyono, 2023). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari website sumber data indonesia.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan kuesioner. Peneliti membagikan kuesioner dengan daftar pernyataan wajib. Untuk mengumpulkan data, survey ini disebarluaskan kepada pengguna aplikasi Shopee, serta digunakan program SPSS 26 untuk mengolah data tersebut. Menggunakan skala Likert, persepsi

responden dievaluasi. Berikut ini adalah tabel skala likert untuk mengetahui reaksi dari responden menurut Sugiyono dalam (Anggraeni *et al.*, 2023):

Tabel 3. 3 Skala Likert

No	Skala Pengukuran	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 dalam (Anggraeni *et al.*, 2023)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang dapat memengaruhi atau memicu perubahan dengan adanya variabel terikat atau variabel yang berdiri sendiri tanpa dipengaruhi variabel lain (Rifkhan, 2023). Oleh sebab itu, dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebasnya ialah citra merek (X1), kualitas produk (X2) serta kepercayaan (X3).

3.7.1.1 Citra Merek

Citra merek adalah apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mereka mendengar atau melihat sebuah merek. Citra konsumen yang positif atas suatu merek memungkinkan konsumen untuk membeli lebih banyak. Merek yang lebih baik juga menjadi dasar untuk membangun citra perusahaan yang positif menurut Kotler dan Armstrong dalam (Fatmaningrum & et al, 2020). Adapun indikator citra merek yaitu (Juniyanti & Saputra, 2022):

1. Citra produsen
2. Citra pemakai
3. Citra produk.

3.7.1.2 Kualitas Produk

Menurut Riyono dan Gigih Erlik Budiharja dalam (Fatmaningrum & *et al*, 2020) kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dipertimbangkan, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Penciptaan produk yang lebih baik berdasarkan permintaan pasar atau selera konsumen. Produk yang dirancang oleh perusahaan harus berkualitas tinggi dan konsumen harus selalu diberi tahu tentang hal ini. Hal ini harus terjadi agar produk tetap melekat di benak konsumen bahkan menjadi pilihan utama konsumen. Satu-satunya atribut yang sulit ditiru adalah merek yang kuat. Perusahaan atau produk dengan merek yang kuat cenderung lebih tanggap terhadap keinginan konsumen. Indikator kualitas produk dalam penelitian ini yaitu (Zamora & W, 2023):

1. *Design*
2. *Performance*
3. *Confermence*

3.7.1.3 Kepercayaan

Kepercayaan yaitu kepercayaan konsumen terhadap situs web dan penjual toko online serta pengalaman pelanggan yang sebelumnya pernah melakukan pembelian inilah yang membangun kepercayaan terhadap suatu produk dapat dianggap sebagai pengalaman konsumen. Pelanggan yang memiliki banyak kepercayaan kepada penjual bisa mendapatkan pelanggan baru dari mulut ke mulut. Indikator kepercayaan antara lain (Lestari & Murtiyanto, 2020):

1. Kesungguhan
2. Kemampuan
3. Integritas.

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel yang dipengaruhi variabel bebas atau variabel yang muncul dikarenakan pengaruh dari variabel bebas disebut sebagai variabel dependen (Rifkhan, 2023). Variabel terikat pada penelitian ini adalah keputusan pembelian.

3.7.2.1 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen adalah tahap ketika konsumen dapat membentuk niat untuk membeli produk paling disukai, memutuskan untuk memodifikasi, menunda atau menghindari sangat dipengaruhi oleh risiko dan juga fase pemecahan masalah yang terdiri dari menganalisis atau mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan, mencari informasi, mengevaluasi sumber alternatif pilihan pembelian, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Indikator keputusan pembelian sebagai berikut menurut Ramdhani dan Maskur dalam (Irvan *et al.*, 2022):

- 1) Keputusan merek;
- 2) Keputusan pemasok;
- 3) Keputusan kuantitas;
- 4) Keputusan waktu;
- 5) Keputusan metode pembayaran.

Tabel 3. 4 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Citra Merek (X1)	Citra merek adalah apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mereka mendengar atau melihat sebuah merek.	1. Citra produsen 2. Citra pemakai 3. Citra produk	<i>Likert</i>
2	Kualitas produk (X2)	kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dipertimbangkan, dibeli, digunakan atau dikonsumsi	1. <i>Design</i> 2. <i>Performance</i> 3. <i>Conformance</i>	<i>Likert</i>

		yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.		
3	Kepercayaan (X3)	Kepercayaan yaitu kepercayaan konsumen terhadap situs web dan penjual toko online serta pengalaman pelanggan yang sebelumnya pernah melakukan pembelian inilah yang membangun kepercayaan terhadap suatu produk dapat dianggap sebagai pengalaman konsumen.	1. Kesungguhan 2. Kemampuan 3. Integritas	<i>Likert</i>
4	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian konsumen adalah tahap ketika konsumen dapat membentuk niat untuk membeli produk paling disukai, memutuskan untuk memodifikasi, menunda atau menghindari sangat dipengaruhi oleh risiko.	1. Keputusan merek 2. Keputusan pemasok 3. Keputusan kuantitas 4. Keputusan waktu 5. Keputusan metode pembayaran.	<i>Likert</i>

Sumber: Peneliti, tahun 2023

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Data dapat disajikan berupa tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, metode perhitungan, mean, median, standar deviasi, serta perhitungan persentase dalam statistik deskriptif. Data yang telah dikumpulkan peneliti dapat diuji dengan menggunakan program SPSS 26 untuk melihat bagaimana variabel independen dan dependen saling mempengaruhi (Chandra & Priyono, 2023). Rumus yang digunakan untuk mencari rentang skala yaitu:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3.2 Rentang Skala

Keterangan:

RS = Rentang skala

n = jumlah sample

m = jumlah alternatif jawaban

Dari rumus 3.2 diatas rentang skala dalam penelitian ini diperoleh:

$$RS = 100 (5 - 1) / 5$$

$$RS = 80$$

Berdasarkan perhitungan diatas rentang skala yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Rentang Skala

Rentang skala	Kriteria
100 – 180	Sangat rendah
180 – 260	Rendah
260 – 340	Sedang
340 – 420	Tinggi
420 – 500	Sangat tinggi

Sumber: Peneliti, 2023

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan suatu instrumen penelitian. Pengujian validitas itu mengacu pada sejauh mana suatu instrumen dalam menjalankan fungsi. Instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Untuk hasil uji validitas tidak berlaku secara universal, artinya bahwa suatu instrumen dapat memiliki nilai valid yang tinggi pada saat tertentu dan tempat tertentu, akan tetapi menjadi tidak valid untuk waktu yang berbeda atau pada tempat yang berbeda. Sehingga perlu dilakukan uji validitas terlebih dahulu dengan tujuan untuk mengetahui kualitas instrumen terhadap objek yang akan diteliti lebih lanjut (Riyanto & Hatmawan, 2020).

Menurut (Nugraha, 2022) dalam menentukan hipotesis yang diambil dalam uji validitas, diantaranya:

1. H_0 diterima jika nilai r hitung $>$ nilai r tabel (valid).
2. H_1 diterima jika nilai r hitung $<$ nilai r tabel (tidak valid).

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Riyanto & Hatmawan, 2020) reliabilitas menunjukkan pada adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu. Reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Pengujian reliabilitas instrumen pada penelitian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha* dengan software SPSS. Dalam menentukan hipotesis yang diambil dalam uji reliabilitas, diantaranya (Nugraha, 2022):

1. H_0 diterima jika nilai reliabilitas $>$ nilai 0,60 (reliabel).
2. H_1 diterima jika nilai reliabilitas $<$ nilai 0,60 (tidak reliabel).

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Tujuan dilakukannya uji asumsi klasik yaitu untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Uji asumsi klasik yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

3.8.3.1 Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas yaitu untuk mengetahui apakah dalam seluruh model regresi variabel bebas, variabel terikat atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal dan mendekati normal (Gunawan, 2020). Uji normalitas dilakukan dengan metode-

metode berikut ini:

1. Uji *one sample kolmogorov-smirnov*, metode ini dilakukan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan taraf signifikan 0,05. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:
 - 1) Bila $Sig > 0,05$, instrumen dianggap normal.
 - 2) $Sig < 0,05$, instrumen dianggap tidak normal.
2. Histogram, yaitu pengujian dengan menggunakan ketentuan bahwa data normal berbentuk lonceng (*Bell shaped*). Data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Jika data menceng ke kanan atau menceng ke kiri berarti memberitahukan bahwa data tidak berdistribusi secara normal.
3. Grafik normal P-Plot, metode ini dilakukan dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik normal P-P *plot of regression standardized residual*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terdapat atau terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel. Cara mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai VIF dan Tolerance dengan ketentuan sebagai berikut (Gunawan, 2020):

- 1) Apabila nilai $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Apabila nilai $VIF > 10$ dan nilai *tolerance* $< 0,1$ mengindikasikan bahwa

model regresi terjadi multikolinearitas.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Gunawan, 2020). Heteroskedastisitas adalah kondisi di mana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Pada penelitian ini cara untuk menguji apakah model regresi yang kita pakai lolos dari heteroskedastisitas atau tidak digunakan dengan cara melihat pola titik – titik pada *scatterplots* dan uji *park gleysner*.

Metode melihat pola titik – titik pada *scatterplots* dilakukan dengan cara melihat grafik *scatterplot* antara *standardized predicted value* (ZPRED) dengan *studentized residual* (SRESID). Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut (Priyatno, 2022):

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji *Park Gleyser* bersama cara menjembatani angka absolut residualnya bersama setiap variable bebas. Bila capaian angka probability punya skor signifikansi $>$ alphanya (0,05), maka tak ada heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar

pengaruhnya variabel independen terhadap variabel dependen (Priyatno, 2022). Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel terikat apabila nilai-nilai variabel bebasnya diketahui. Persamaan untuk regresi berganda adalah sebagai berikut:

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

Rumus 3. 3 Regresi Linier Berganda

Sumber : (Sahabuddin *et al.*, 2021)

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Citra merek

X2 = Kualitas produk

X3 = Kepercayaan

a = konstanta

b = koefisien regresi

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Nilai determinasi menunjukkan seberapa besar presentase model regresi mampu menjelaskan variabel dependen. Batas nilai R² adalah $0 \leq R^2 \leq 1$ sehingga apabila R² sama dengan 0 berarti variabel tidak bebas tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas secara serempak, sedangkan bila R² sama dengan 1 berarti variabel bebas dapat menjelaskan variabel tidak bebas secara bersama-sama. *Adjusted R Square* sendiri adalah nilai *R square* (R²) yang telah terkoreksi, di mana nilai ini untuk menutupi kelemahan dari *S square* yang mana nilai akan selalu membaik jika menambah variabel, sedangkan *Adjusted R Square* nilai tidak selalu bertambah apabila dilakukan penambahan variabel. Nilai *Adjusted R Square* biasanya digunakan pada model regresi yang menggunakan tiga atau lebih variabel bebas (Priyatno, 2022).

Rumus untuk koefisien determinasi yaitu (Sa'adah, 2021):

$$D = R^2 \times 100\%$$

Rumus 3. 4 Determinasi

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Priyatno, 2022). Derajat signifikansi yang digunakan 0,05. Menurut (Sa'adah, 2021) kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Bila $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima (signifikan).
- 2) Bila $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_1 ditolak (tidak signifikan).

Atau untuk nilai signifikansinya kriteria pengambilan keputusan:

1. Bila nilai $sig < 0,05$ maka tolak H_0 sehingga H_1 diterima (signifikan).
2. Bilai nilai $sig > 0,05$ maka terima H_0 sehingga H_1 ditolak (tidak signifikan).

3.9.2 Uji F

Uji f digunakan untuk memastikan apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Priyatno, 2022). Derajat signifikan yang digunakan adalah 0,05. Kriteria pengambilan keputusan (Sa'adah, 2021):

1. Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima (berpengaruh).
2. H_0 diterima bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ maka H_1 ditolak (tidak berpengaruh).