

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Berkenaan dengan jenis penelitian ini, pendekatan yang dipergunakan ialah metodologi kuantitatif, yaitu metode yang diterapkan dalam penelitian di mana landasannya berpilar pada positivisme (data konkret), yang mana materinya disuguhkan dalam bentuk angka yang bisa diukur secara statistik dengan dibantu alat uji komputer, dalam keterkaitannya dengan masalah yang tengah diinvestigasi dalam upaya mendapati kesimpulan (Sugiyono, 2018). Penelitian ini berkategori sebagai penelitian asosiatif yang ditujukan untuk mendapatkan pemahaman terkait hubungan yang muncul pada variabel. Kuesioner dibagikan kepada tiap-tiap sampel yang ada pada penelitian ini.

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Penelitian yang dijalankan saat ini tergolong sebagai penelitian replikasi yang hampir identik atau mempunyai kemiripan dengan penelitian yang pernah dilangsungkan sebelumnya, tetapi yang menjadi pembedanya ialah perubahan atau penambahan pada variabel, indikator, objek, dan alat analisis yang dipergunakan dalam penelitian yang diadakan sebelumnya.

#### **3.3 Lokasi dan Periode Penelitian**

##### **3.3.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian kali ini dilangsungkan di wilayah kota Batam, utamanya masyarakat yang tinggalnya di Kecamatan Sekupang.

### 3.3.2 Periode Penelitian

Tabel yang tersaji berikut menyuguhkan informasi terkait waktu pelaksanaan sejumlah kegiatan yang dijalankan dalam penelitian ini:

**Tabel 3.1** Periode Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Penelitian				
		2023				
		Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Pengajuan Judul					
2	Latar Belakang					
3	Tinjauan Pustaka					
4	Metodologi Penelitian					
5	Pembuatan Kuesioner					
6	Olah Data					
7	Simpulan dan saran					
8	Pengumpulan Skripsi dan Jurnal					

Sumber: Peneliti, 2023

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi diinterpretasikan sebagai sejumlah kebutuhan objek, di mana peneliti mengasumsikannya mempunyai atribut atau ciri khusus yang nantinya akan diambil dan dilanjut dengan memahami keputusan yang dibuat (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini, populasinya yaitu masyarakat yang tinggalnya di kota Batam sebagai pengguna aplikasi Shopee, di mana jumlahnya masih belum diketahui secara pasti.

#### 3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel dijelaskan sebagai unsur dari banyaknya dan keunikan sesuatu yang ada pada populasi (Sugiyono, 2019). Berhubung jumlah populasinya tidak diketahui dengan pasti, oleh karenanya dipergunakanlah rumus:

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

**Rumus 3.1** Sampel Cochran

**Sumber:** (Sugiono, 2019)

Keterangan:

n = besar sampel

Z = simpangan rata-rata pada tingkat signifikansi (1,96)

e = tingkat ketepatan yang diinginkan (5%)

p = proporsi variabel yang dikehendaki (0.5)

q = 1 - p

maka :

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

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,05)^2} = \frac{0,9604}{0,0025} = 384,16 \approx 384$$

Setelah perhitungan dengan menerapkan rumus diatas, didapatkalah jumlah sampel, yakni 384 responden.

### 3.4.3 Teknik *Sampling*

Peneliti dalam melangsungkan penelitian ini mengaplikasikan teknik *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*, di mana sampel yang peneliti ambil yaitu dengan menetapkan sejumlah ciri khusus yang selaras atau searah dengan tujuan yang ditargetkan dalam pengadaan penelitian ini:

1. Responden yang dilibatkan ialah para pengguna Shopee yang sudah pernah berbelanja setidaknya satu kali.
2. Durasi pemakaian aplikasi shopee minimal 5 menit.

3. Usia responden minimal 17 tahun.

Selaras dengan penghitungan dengan mengaplikasikan rumus Cochran dan penetapan ciri khusus, didapati jumlah sampel yang dipergunakan pada penelitian ini yaitu 384 responden.

### **3.5 Sumber Data**

Sumber informasi terpenting adalah penyebaran kuesioner kepada responden yang mengetahui bahwa iklan, citra produk, dan persepsi konsumen memberi pengaruh pada keputusan pembelian. Salah satu sumber informasi adalah penelitian kepustakaan, dimana setelah peneliti memutuskan topik, langkah selanjutnya adalah penelitian teoritis dan sumber kepustakaan yang ada keterkaitannya dengan penelitian yang dijalankan. Pada penelitian ini, penelitian kepustakaannya di antaranya antara lain buku-buku, sejumlah artikel.

### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

Kuesioner difungsikan sebagai teknik yang diaplikasikan dalam menghimpun data, di mana responden yang dilibatkan akan diinstruksikan untuk mengungkapkan jawaban mereka atas sejumlah pernyataan atau pertanyaan. Survei dilakukan pada konsumen yang berada di kota Batam sebagai pengguna aplikasi Shopee melalui *google form* (Sugiyono, 2018).

### **3.7 Defenisi Operasional Variabel Penelitian**

Definisi operasional variabel secara detail tersaji pada tabel 3.2.

**Tabel 3.2** Definisi Operasional variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Promosi (X1)	Imbauan agar membeli suatu produk serta meningkatkan pembelian produk Ardiani & Sugiyanto (2020).	1. Frekuensi berpromosi 2. Kualitas berpromosi 3. Waktunya berpromosi 4. Ketepatan promosi (Senggetang <i>et al.</i> , 2019)	Likert
2.	Citra Merek (X2)	Identitas yang menjadi pertimbangan konsumen dalam penggunaan produk. (Yoeliastuti <i>et al.</i> , 2021).	1. Atribut produk 2. Keuntungan konsumen 3. Corak Merek (Yoeliastuti <i>et al.</i> , 2021)	Likert
3.	Persepsi Konsumen (X3)	Persepsi yang ada dalam benak individu terhadap produk benar-benar tidak sama dan tentunya memengaruhi perusahaan, apakah produk yang ditawarkan mampu menyuguhkan manfaat yang akhirnya konsumen membuat keputusannya secara mandiri (Montolalu & Raintung, 2018)	1. Lokasi 2. Kelengkapan produk 3. Pelayanan 4. Harga (Febriana, 2019)	Likert
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Aktivitas konsumen yang sudah menentukan pilihannya untuk melakukan pembelian pada produk yang perusahaan tawarkan (Mulyadi <i>et al.</i> , 2018)	1. Efisiensi 2. Harga 3. Interaksi (Yuliawan, 2018)	Likert

Sumber: Peneliti, 2023

### 3.8 Metode Analisis Data

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Statistif deskriptif diinterpretasi kegiatan yang dijalankan dalam

menganalisis dan memaparkan data yang sudah diperoleh dengan detail tanpa adanya keharusan untuk membuat kesimpulan (Sugiyono, 2018). Pemerolehannya bisa dihitung dengan dibantu statistika deskriptif yang mengaplikasikan rumus:

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

**Rumus 3.2** Rentang Skala

**Sumber:**” (Sugiyono, 2018)

Keterangan: RS = rentang skala

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap item

$$RS = \frac{384(5-1)}{5} = 307,2$$

Kontribusi terhadap hasil yang berhasil diperoleh yaitu:

**Tabel 3.3** Rentang Skala

No	Rentang Skala	Penilaian
1	384 – 691,2	Sangat Tidak Baik
2	691,3 – 998,5	Tidak Baik
3	998,6 – 1.305,8	Cukup
4	1.305,9 – 1.613,1	Baik
5	1.613,2 – 1920	Sangat Baik

**Sumber :** Peneliti, 2023

### 3.8.2 Uji Kualitas Data

#### 3.8.2.1 Uji Validitas

Uji ini ditujukan untuk menguji apakah pada pertanyaan dijumpai kelayakan dalam mendeskripsi variabel terikat (Sugiyono, 2018). Nilai yang dimunculkan bisa diidentifikasi dengan menjalankan uji 2 sisi dengan

mempergunakan signifikansi 0,05. Kriteria yang menjadi parameter dalam menerima atau menolak data pada uji ini di antaranya:

1. Jika didapati  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan signifikan 0. 05, hal ini menandakan pertanyaan terbilang cocok.
2. Jika didapati  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan signifikan 0. 05, hal ini mengindikasikan pertanyaan tidak cocok.

### **3.8.2.2 Uji Reliabilitas**

Pengadaan uji ini ditujukan untuk mendapati pemahaman terkait besarnya konsistensi yang tampak pada pertanyaan yang sudah responden jawab pada kuesioner. Uji ini dilangsungkan secara serentak, yakni apabila didapati  $\alpha > 0,60$ , hal ini memberi indikasi adanya realibilitas (Sugiyono, 2018). Kriteria pengujiannya ialah jika didapatkan hasil  $\alpha \text{ coefficient} > \text{ taraf signifikansi } 60\%$  atau 0,6, hal ini menjadi penanda keandalan pada kuesioner, namun jika didapati  $\alpha \text{ coefficient} < \text{ taraf signifikansinya } 60\% (0,6)$ , hal ini mengindikasikan kuesioner tidak andal.

### **3.8.3 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.8.3.1 Uji Normalitas**

Uji ini ditujukan untuk menguji normal atau tidaknya distribusi yang ada pada model (Ghozali, 2018 : 161). Untuk mengujinya, langkah yang dijalankan dalam mendeteksi normalitas nilai residual di antaranya:

1. Analisis Grafik Histogram, apabila didapati gambar yang menampilkan bentuk yang menyerupai lonceng, hal ini memberi indikasi datanya

berkategori normal. Hal ini bisa dideteksi juga dengan meninjau *probability plot* yang bisa dikategorikan normal jika tampak munculnya titik-titik yang mengarah mendekati garis diagonal (Ghozali, 2018: 161).

2. Analisis Statistik, ditujukan untuk membantu mengukur hasil yang mempunyai data normal, di antaranya ialah melalui non parametik *Kolmogrov-Smirnov* (Ghozali, 2018 : 163). Jika dijumpai probabilitasnya  $\geq 0,05$ , hal ini memberi indikasi bahwa distribusinya berkategori normal.

### **3.8.3.2 Uji Multikolinearitas**

Uji Uji ini dijalankan untuk mendeteksi model regresi karena munculnya korelasi antara variabel bebas dan variabel terikatnya. Pendeteksian multikolinearitas yang muncul pada regresi melalui langkah berikut:

1. Apabila didapati  $VIF > 10$ , hal ini memberi indikasi munculnya multikolinieritas.
2. Apabila didapati  $VIF < 10$ , hal ini mengindikasikan multikolinieritas tidak muncul.

### **3.8.3.3 Uji Heterokedastisitas**

Pengujian ini tujuannya untuk mengujikan apakah dimodel regresinya terjadi ketaksamaan variance dari residual satu pengamatannya ke pengamatannya yang lain (Sugiyono, 2018). Pengujian riset ini mempergunakan uji park gleyser, yang mana jika perolehan nilai signifikansinya  $> 0,05$  maka dinyatakan tak terjadi gejala heteroskedastisitas.



### 3.8.4 Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini merupakan keterkaitan secara linear antara dua/lebih variabel bebas ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ). Berikut tersaji persamaan regresi berganda:

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

**Rumus 3.3** Regresi Linear Berganda

**Sumber:** (Sugiyono, 2018)

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

$X_1$  = Promosi

$X_2$  = Citra Merek

$X_3$  = Persepsi Konsumen

e = *Standar Error*

#### 3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi terdapat pada model *summary* yang isinya mencakup besaran *adjusted r square* dan *r square*. Para peneliti mengungkapkan sarannya terkait penentuan *adjusted r square*, yakni dapat berkategori “baik” jika nilai yang diperoleh  $> 0,5$ . Alasannya ialah *adjusted r square* berkisar antara nol sampai satu (0% - 100%) (Sugiyono, 2018).

### 3.9 Uji Hipotesis

#### 3.9.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t biasanya dijalankan untuk mendeteksi seberapa besar faktor X terhadap variabel Y. Dalam menjalankan uji t, pengambilan keputusan yaitu

dengan memerhatikan kriteria berikut (Ghozali, 2018: 99):

1. Apabila didapati  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau signifikan  $t < 0,05$ , hal ini menjadi penanda diterimanya  $H_0$ .
2. Apabila didapati  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau signifikan  $t > 0,05$ , hal ini menjadi penanda ditolaknya  $H_0$ .

### **3.9.2 Uji F (Uji Simultan)**

Uji F pada prinsipnya ditujukan untuk mengarahkan pengujian pada seluruh faktor X pada variabel Y (Ghozali, 2018: 179). Standar dinamisnya yaitu:

1. Apabila dijumpai  $f_{hitung} < f_{tabel}$ , hal ini memberi indikasi diterimanya  $H_0$ .
2. Apabila dijumpai  $f_{hitung} > f_{tabel}$ , hal ini mengindikasikan penolakan pada  $H_0$ .