

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif terorganisir dan terkoordinasi, sehingga tahapan-tahapan dari awal hingga batas terjauh eksplorasi tidak mengejutkan. Sebaliknya, disebutkan bahwa penelitian kuantitatif mengharuskan penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, interpretasi, hingga penyajian hasilnya (Ahyar et al., 2020). Informasi yang dapat diukur dihasilkan oleh penelitian kuantitatif. Hal ini didasarkan pada alasan bahwa ada informasi yang digunakan sebagai alasan untuk menciptakan data yang lebih terukur. Penelitian kuantitatif didasarkan pada *positivisme*, yang menekankan pada fokus pada fakta. Ilmu pengetahuan alam telah berkembang sebagai hasil dari asumsi-asumsi positivisme yang dipraktikkan.

3.2 Sifat Penelitian

Sifat dari penelitian ini adalah bentuk dari garis umum penelitian yang bersifat deskriptif. Dengan kata lain, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-kejadian mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu secara sistematis dan akurat.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dan Waktu Penelitian ini dilaksanakan di beberapa Universitas yang ada di Kota Batam yang ditujukan kepada para mahasiswa dan mahasiswi.

3.3.2 Periode Penelitian

Adapun periode penelitian yang dijalankan dari bulan Maret 2023 hingga akhir skripsi. Dapat dilihat melalui daftar tabel di bawah ini:

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Maret 2023		April 2023			Mei 2023		Juni 2023			Juli 2023			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1.	Penyusunan BAB I	■	■	■											
2.	Penyusunan BAB II				■	■	■								
3.	Penyusunan BAB III					■	■	■							
4.	Pengumpulan kuesioner								■						
5.	Pengolahan Data									■	■				
6.	Penyusunan BAB IV										■	■	■		
7.	Penyusunan BAB V											■	■	■	
8.	Penyerahan Laporan Akhir														■

Sumber: Peneliti, 2023

3.4 Populasi dan Sample

3.4.1 Populasi

Populasi adalah sekumpulan, subjek, variabel, ide atau karakteristik yang dapat diteliti untuk menentukan ide setiap individu dari populasi (Sanusi, 2019: 87). Sebagai populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di kota Batam yang pernah melakukan pembelian pada e-commerce tiktok shop di kota Batam. Dikarenakan jumlah universitas di Kota Batam terlalu besar maka peneliti membatasi populasi atas pertimbangan keterbatasan tenaga, waktu dan biaya. Oleh karena itu, peneliti membatasi dan hanya menggunakan 3 universitas yang ada di Kota Batam sebagai populasi, dan juga membatasi hanya menggunakan populasi dari mahasiswa yang berasal dari jurusan manajemen. Adapun jumlah populasi yang diambil dari jurusan manajemen di Kota Batam sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Jumlah Mahasiswa Jurusan Manajemen Semester Ganjil 2022

No	Nama Universitas	Jurusan	Jumlah
1	Universitas Universal	Manajemen	214
2	Universitas Batam	Manajemen	152
3	Universitas Ibnu Sina	Manajemen	134
Jumlah			500

Sumber: PDDikti, 2023

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sample

Menurut (Prayudha, 2019) menyatakan bahwa sampel adalah komponen dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Oleh karena itu, contoh yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Teknik pengambilan sampel tergolong *non probability sampling* dengan

purposive sampling atau pengambilan sampel berdasarkan karakteristik tertentu, seperti:

- (1) Responden yang merupakan mahasiswa jurusan manajemen di Kota Batam.
- (2) Responden yang memiliki akun di Tiktok
- (3) Responden pernah melakukan pembelian minimal sekali di TiktokShop

Jumlah sampel pada penelitian ini diperoleh melalui rumus slovin, yaitu:

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

Rumus 3.1 Rumus Slovin

Sumber: (Nurdin & Hartati, 2019)

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

E = Tingkat Kesalahan (*error* dalam persentase)

Berdasarkan rumus diatas, maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = 500 / 1 + (500 (0,05^2))$$

$$n = 500 / 1 + (500 \times 0,0025)$$

$$n = 500 + 2,25$$

$$n = 222,2 \text{ responden (d disesuaikan menjadi 223 responden)}$$

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebarakan kepada 223 responden yaitu Mahasiswa di Kota Batam. Penempatan sampel penelitian secara dialokasikan dapat dilihat melalui tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Penentuan Sampel Berdasarkan Rumus Slovin

No	Nama Universitas	Jumlah Mahasiswa	Sampel
1.	Universitas Universal	214	$214/500 \times 223 = 95$
2.	Uni.versitas Batam	152	$152/500 \times 223 = 68$
3.	Universitas Ibnu Sina	134	$134/500 \times 223 = 60$

Sumber: Data diolah, 2023

3.4.3 Teknik Sampling

Non-probability sampling dengan teknik *purposive sampling* digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini. Purposive sampling adalah jenis pengambilan sampel secara tidak acak dimana sampel diambil secara strategis untuk memastikan bahwa sampel tersebut relevan dengan pertanyaan yang diajukan dan dengan tujuan atau kepentingan penelitian (Ernawati, 2021). Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah para pengguna khususnya mahasiswa di Kota Batam yang pernah menggunakan fitur belanja online TiktokShop dengan rentang usia 17-25 tahun keatas. Sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu 223 responden.

3.5 Sumber Data

Ada dua bagian dari sumber data yang digunakan oleh para peneliti:

1. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui berbagai macam metode dikenal sebagai data primer. Data primer untuk penelitian ini berasal dari kuesioner berbasis Google Form tentang masalah penelitian.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah informasi data yang telah dikumpulkan oleh analis untuk melengkapi informasi penelitian, khususnya informasi mengenai pembeli yang pernah melakukan penukaran di Tiktok Shop.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Pengertian Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data kuesioner adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Dalam informasi penting, peneliti akan menggunakan survei yang disebarkan kepada responden di Kota Batam. Pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan rumusan masalah penelitian ini dicantumkan dalam kuesioner. Sebanyak 223 orang memberikan respon terhadap kuesioner yang dikirimkan melalui Google Form. Tanggapan-tanggapan tersebut akan digunakan sebagai data acuan dalam penelitian ini dan akan membantu proses penelitian.

3.6.2 Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data ini menggunakan kuesioner Google Form untuk mengumpulkan tanggapan dari responden. Masing-masing responden akan menjawab pernyataan melalui google form yang menggunakan penilaian skala likert dari 1-5 yang dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3. 4 Skala Likert

Pernyataan	Score
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2019)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan proses mengkonversi definisi nominal menjadi definisi operasional. Operasional variabel dilakukan untuk memudahkan pengumpulan data, menghindari perbedaan penafsiran, dan membatasi ruang lingkup variabel. Faktor-faktor yang diingat dalam operasional adalah faktor-faktor penting/signifikan yang dapat diestimasi secara fungsional dan dapat diwakili (Nurdin & Hartati, 2019). Dengan definisi operasional dapat ditentukan bagaimana mengukur variabel, dan tidak ada istilah atau makna ganda yang dapat menimbulkan penafsiran yang berbeda.

3.7.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah yang dapat memberikan pengaruh terhadap variabel dependen atau yang menjadi sebab perubahannya (Sanusi, 2019: 40). Pada penelitian ini, variabel independen (X) yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti adalah promosi (X1), kemudahan (X2) dan kepercayaan (X3).

3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang mempengaruhi hasil karena adanya variabel bebas (Sanusi, 2019: 40). Variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

Tabel 3. 5 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Promosi (X1)	Promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang terfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan	a. periklanan, b. promosi penjualan, c. pemasaran langsung,	<i>Likert</i>

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Bentuk persuasive melalui penggunaan berbagai intensif yang diatur untuk dapat merangsang pembelian produk dengan segera meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.	dan d. Hubungan masyarakat	
Kemudahan (X2)	Kemudahan adalah tolok ukur kepercayaan dimana teknologi atau situs mudah digunakan dan bebas dari usaha yang dapat mempengaruhi ketertarikan konsumen bertransaksi online.	a. kemudahan mengenali b. kemudahan navigasi c. kemudahan mengumpulkan informasi d. kemudahan membeli e. Fleksibel	<i>Likert</i>
Kepercayaan (X3)	Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Itu tergantung pada sejumlah faktor interpersonal antar organisasi, seperti kompetensi yang dirasakan perusahaan, integritas, kejujuran, dan kebijakan.	1). <i>Benevolence</i> (niat baik) 2). <i>Ability</i> (kemampuan) 3). <i>Integrity</i> (integritas) 4). <i>Willingness to depend</i> (kemauan) 5). <i>Competence</i> (Kompetensi)	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian yaitu memilih beberapa alternatif pilihan dua atau lebih dari dua. Dapat dikatakan bahwa dalam mengambil suatu keputusan seseorang harus menentukan satu alternatif dari alternatif	a. pencarian sebuah informasi; b. evaluasi terhadap alternatif; c. melakukan keputusan pembelian;	<i>Likert</i>

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	yang lain. Apabila seseorang memutuskan membeli karena dihadapkan dengan pilahan membeli atau tidak membeli maka hal tersebut posisi membuat suatu keputusan.	d. perilaku pasca pembelian.	

Sumber: Peneliti, 2023

3.8 Metode Analisis Data

Teknik analisis digunakan untuk menganalisis data penelitian dengan menggunakan metode analisis data (Sanusi, 2019: 115). Dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) untuk menganalisis atau mengetahui pengaruh suatu variabel.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yang dapat menganalisis data dengan cara membentuk atau meringkas data yang telah dirangkai tanpa bermaksud membuat kesimpulan dikenal dengan analisis deskriptif (Sanusi, 2019: 125). Statistik deskriptif dapat digunakan untuk mengumpulkan data dari responden setelah dilakukan analisis deskriptif dapat menggunakan seluruh jawaban kuesioner.

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

Rumus 3. 1 Rentang Skala

Sumber: (Sugiyono, 2019)

Keterangan:

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap item

RS = rentang skala

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Dengan membandingkan skor total dengan skor item pertanyaan, uji validitas dapat dievaluasi. Menurut (Mulyadi et al., 2019) nilai r hitung (item total *correlations*) dan nilai r tabel dibandingkan pada saat uji validitas. Dengan menggunakan variabel dan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*), maka analisis uji validitas akan dilakukan dalam penelitian ini untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu pertanyaan, dengan tingkat signifikansi 5% atau $= 0,05$. Dalam penelitian ini digunakan rumus korelasi *pearson product moment* untuk uji validitas:

$$r = \frac{N (\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N\sum x^2 - (\sum x)^2][N\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Rumus 3. 2 Uji Validitas

Sumber: (Ghozali, 2019)

Keterangan:

N = Jumlah Sampel (Responden)

X = Skor Butir

r = Koefisien Korelasi

Y = Skor Total Butir

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengukur kuesioner sebagai indikator suatu konstruk atau variabel. Menurut (Mulyadi et al., 2019), jika respon seseorang terhadap suatu pertanyaan konsisten atau stabil, maka kuesioner tersebut dikatakan reliabel.

Koefisien Cronbach alfa digunakan sebagai ukuran sekali ukur untuk menentukan reliabilitas setiap pertanyaan kuesioner. Suatu instrumen dianggap reliabel jika koefisien Cronbach alfa (α) lebih besar dari 0,6. Dalam uji reliabilitas ini, digunakan rumus Cronbach Alpha, agar lebih spesifik:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum a_b^2}{a_t^2} \right]$$

Rumus 3. 3 Cronbach Alpha

Keterangan:

r_{11} = Koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item pertanyaan

$\sum a_b^2$ = jumlah varian butir

a_t^2 = varian total

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal atau tidak. Petunjuk untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pendekatan pemeriksaan grafik normal *probability plot*. Menurut (Ghozali, 2019), metode ini mengasumsikan bahwa nilai residual berdistribusi normal jika data sesungguhnya digambarkan dengan titik-titik yang mendekati atau mengikuti garis diagonal. Metode grafik histogram, normal *probability plot* atau normal pp-plot, dan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk mengetahui apakah hasil pengujian berdistribusi normal. Jika dilihat dari sisi distribusi data yang berbentuk kurva lonceng, maka grafik histogram dianggap normal. Jika titik-titik pada

normal *probability* plot tersebar secara merata di sepanjang garis dan bergerak ke arah diagonal, maka distribusi dikatakan normal. Uji *One-sample Kolmogorov-Smirnov* test digunakan untuk melakukan uji normalitas dalam penelitian ini, dan kriteria yang digunakan untuk melakukan uji tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Data terdistribusi normal jika nilai sig lebih besar atau sama dengan alpha 0,05;
- b. Data tidak terdistribusi normal jika nilai sig lebih kecil atau sama dengan alpha 0,05.

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model relasi yang terbentuk memiliki hubungan yang tinggi atau ideal antar faktor bebas. Gejala multikorelasi dapat diidentifikasi dalam penelitian jika terdapat korelasi yang tinggi antara variabel bebas (Ghozali, 2019). Berdasarkan nilai VIF (Variance Inflation Factors), data tidak memiliki masalah multikolinieritas jika nilai TOL lebih besar dari 0,10 dan nilai VIP lebih kecil dari 10,00. Sebaliknya, data memiliki masalah multikolinieritas jika nilai TOL lebih besar dari 0,10 dan nilai VIP lebih besar dari 10,00.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memeriksa adanya penyimpangan dari asumsi klasik. Dalam model regresi, heteroskedastisitas adalah adanya ketidaksamaan varians dari residual untuk semua pengamatan. Tidak adanya gejala heteroskedastisitas merupakan syarat bagi model regresi (Ghozali, 2019).

3.8.4 Uji pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis hubungan antara variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen) disebut sebagai analisis regresi linier berganda (Sanusi, 2019: 134). Apabila variabel bebas yaitu Promosi (X1), Kemudahan (X2), dan Kepercayaan (X3) mengalami kenaikan atau penurunan, apakah memilih berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

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

Rumus 3. 4 Regresi Linier Berganda

Sumber: (Hidayaturohmah et al., 2023)

Keterangan :

X1 = Promosi

X2 = Kemudahan

X3 = Kepercayaan

Y = Keputusan pembelian

b1 = Koefisien arah regresi promosi

b2 = Koefisien arah regresi kemudahan

b3 = Koefisien arah regresi kepercayaan

a = Konstanta

e = Error disturbance

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen diukur dengan menggunakan uji koefisien determinasi (R²). Dalam model linier berganda ini, nilai koefisien determinasi (R²) akan menunjukkan seberapa besar kontribusi

masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (YUNITA et al., 2019). Dapat dikatakan bahwa model semakin baik dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen jika (R^2) mendekati 1 (satu). Kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen diukur dengan Koefisien Determinasi (R^2). Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin besar pula variasi variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian analisis koefisien determinasi (R^2) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\% \quad \text{Rumus 3. 5 Koefisien Determinasi (R}^2\text{)}$$

Keterangan:

KD = koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Keterangan:

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap item

RS = rentang skala

Rentang Skala Penilaian Setiap Kategori :

$$RS = \frac{223 (5 - 1)}{5}$$

$$RS = \frac{892}{5}$$

$$RS = 178,4$$

Dengan demikian interval untuk setiap kategori adalah 178,4 sehingga dapat disusun kategorinya sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Rentang Skala

Kategori	Interval
Sangat Baik	940.6 – 1119
Baik	761.2 - 939.6
Cukup	581.8 - 760.2
Tidak Baik	402.4 - 580.8
Sangat Tidak Baik	223 - 401.4

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

3.9 Uji Hipotesis

Hanya uji T dan uji F yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis. Variabel yang akan diuji adalah promosi (X1), kemudahan (X2), dan kepercayaan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

3.9.1 Uji t

Uji nilai t faktual adalah uji keberartian batas-batas individual. Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen ditunjukkan oleh nilai statistik t. Prosedurnya adalah dengan membandingkan nilai t tabel dan nilai t hitung (YUNITA et al., 2019). Uji t digunakan untuk melihat apakah variabel independen - promosi, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan - memiliki pengaruh secara parsial atau individu terhadap variabel dependen - keputusan pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa di Kota Batam - dengan membandingkan kedua kelompok. Kriteria penerimaan dan penolakan berikut digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan tingkat signifikansi: 0,05 (= 5%).

a. Jika nilai $\text{sig} \leq \alpha$ (0,05) dan $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$, maka hipotesis diterima.

b. Hipotesis ditolak jika nilai sig kurang dari (0,05) dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} .

Rumus uji T sebagai berikut:

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

Rumus 3. 6 Uji T

Keterangan:

t_{hitung} = Skor signifikan koefisien korelasi

r = Koefisien korelasi product momen

n = Banyak sampel/data

3.9.2 Uji F

Uji Simultan (uji F) adalah Pengujian tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh atau tidak pada variabel dependen dengan membandingkan nilai f_{hitung} dengan f_{tabel} . (Ghozali, 2019). Rumus uji F sebagai berikut:

$$f_{hitung} = \frac{r^2/k}{[1-R^2]/[n-k+1]}$$

Rumus 3. 7 Uji F

Sumber: (Sanusi, 2019: 15)

Keterangan:

R^2 = Nilai koefisien determinasi

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Hipotesis statistik dapat dinyatakan dengan:

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ [5%; df= k; n-(k+1)] maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ [5%; df= k; n-(k+1)] maka H_0 ditolak dan H_a diterima.