

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Riset memakai metode kuantitatif berdesain deskriptif. Metode kuantitatif ialah metode yang sering dipakai sejak dahulu, dikenal dengan kuantitatif dikarenakan data riset yang dipakai ialah angka yang dianalisis dengan statistik (Sugiyono, 2019). Tahapan penyelesaiannya memakai deskriptif yakni memakai gambaran riset pada kondisi saat ini dengan berpedoman pada fakta yang ada, kemudian dijabarkan dan digolongkan berdasarkan kelompoknya (Febriyanti & Rustam, 2023). Sehingga, riset ini bisa dideskripsikan peneliti yang mana berhubungan dengan kualitas produk, citra merek, dan kepercayaan pada keputusan pembelian.

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Didalam riset ini terdapat sifat replikasi, yakni riset dengan pengambilan objek terdahulu yang selaras dengan tema yang diangkat, hanya berbeda waktunya saja (Febriyanti & Rustam, 2023).

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

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

Peneliti memilih lokasi riset di Kecamatan Batu Aji Kota Batam, Kepulauan Riau.

### 3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian dijalankan sejak September 2023-Januari 2024 dalam kurung waktu 5 bulan. Adapun tabel 3.1 yang berisi gambaran periode penelitian :

**Tabel 3.1** Periode Penelitian

Uraian Kegiatan	September				Oktober				November				Desember				Januari			
	2023				2023				2023				2023				2024			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan judul		■																		
Identifikasi Masalah			■	■																
Kajian Teori			■	■	■															
Metodologi Penelitian					■	■	■	■												
Penyebaran Kuesioner									■	■	■	■								
Pengolahan Data													■	■	■	■	■	■	■	■
Pengumpulan Skripsi																			■	■

Sumber : Peneliti (2023)

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi ialah daerah umum yang terdapat objek dan subjek yang selaras dengan kualifikasi yang ditetapkan peneliti guna ditelaah, kemudian ditarik simpulannya (Febriyanti & Rustam, 2023). Populasi riset ini ialah pemakai Lazada yang totalnya tak ada yang tahu.

#### 3.4.2 Sampel

Jika populasi suatu penelitian terlalu besar, maka tidak mungkin mempelajari semuanya, dalam hal ini sampel dapat diambil dari populasi tersebut

(Sugiyono, 2019). Dalam penentuan total sampel yang dipakai diperlukan hitungan dengan rumus Jacob Cohen:

$$N = \left( \frac{L}{F^2} \right) + \mu + 1$$

**Rumus 3.1** Rumus Jacob Cohen

**Sumber :** (Sugiyono, 2019)

Keterangan:

N = Ukuran sampel

$F^2 = Effect\ size\ (0,1)$

$\mu = Banyak\ ubahan\ (5)$

L = fungsi power ( $\mu$ ) diperoleh dari tabel t.s 1% (=19,76)

Sesuai rumus yang dipakai, didapatkan total sampel dengan perhitungan :

$$N = \left( \frac{L}{F^2} \right) + \mu + 1$$

$$N = \left( \frac{19,76}{0,1} \right) + 5 + 1$$

$$N = 203,4 \text{ (204 responden)}$$

Sesuai hasil dari hitungan sampel, sampel riset ini diperlukan 204 sampel.

### 3.4.3 Teknik Sampling

Sampel itu perwakilan populasi yang ditetapkan melalui teknik *Non Probability Sampling*. Riset ini memakai *Purposive Sampling*, yakni penetapan sampel sesuai wawasan peneliti (Sugiyono, 2019). Sampel yang ditetapkan dianggap bisa memberi sebuah informasi yang diperlukan peneliti. Adapun kualifikasi responden yang diperlukan:

1. Umur >17 tahun.
2. Pemakai dan pernah berbelanja di Lazada.
3. Berdomisili di Kecamatan Batu Aji, Kota Batam.

### **3.5 Sumber Data**

Ada 2 jenis sumber data yang dipakai, yakni:

#### 1. Data primer

Data yang didapatkan dari perolehan jawaban angket yang diberi pada masyarakat lokasi riset dengan kriteria responden sesuai kualifikasi yang ditetapkan.

#### 2. Data sekunder

Data yang diperoleh dari web, dikenal sebagai data tak langsung karena adanya perantara. Data yang dipakai ialah:

- a. Total pengakses Lazada di tahun 2019-2023 (*Data Top Brand Award 2023*).
- b. Ulasan negatif di Lazada dari *Playstore* di tahun 2023.

### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

Pemerolehan data dilaksanakan supaya menerima informasi yang dibutuhkan guna menunjang isi riset dan tercapainya tujuan yang ditetapkan. Teknik yang dipakai ialah melaksanakan survei, yakni peneliti menyebarkan angket pada responden yang sudah sesuai dengan kualifikasi yang ditetapkan, lalu responden akan menjawab pertanyaan yang ada didalam angket. Angket tersebut berupa link yang dikirimkan pada responden melalui aplikasi *chatting* berupa Whatsapp, Instagram, dan Email.

Alat yang dipakai dalam pemerolehan data riset ialah *Skala Likert*. Skala ini bisa menjadikan responden memilih opsi dari 1-5 poin yang sudah ditetapkan. Adapun tabel 3.2 terkait maksud *Skala Likert* (Febriyanti & Rustam, 2023) :

**Tabel 3.2** Skala *Likert*

No.	Pernyataan	Skor Penilaian
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:** Peneliti, 2023

### 3.7 Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian ialah elemen yang ditetapkan oleh peneliti terkait aspek khusus, yang kemudian dapat digali lebih dalam untuk memperoleh hasil yang tepat dari fenomena atau peristiwa tersebut. Hasil ini digunakan untuk membuat kesimpulan atas hasil penelitiannya (Sugiyono, 2019). Riset ini tergolong variabel (X) yakni bebas dan (Y) yakni terikat

#### 3.7.1 Variabel Bebas (X)

Variabel bebas/*independen* yakni variabel yang memberi pengaruh pada variabel terikat/*dependen*. Riset ini terbagi atas variabel X1 (kualitas produk), X2 (citra merek ), dan X3 (kepercayaan).

#### 3.7.2 Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat/*dependen* yakni variabel yang terdampak dari variabel bebas/*independen*. Riset memakai variabel terikat Y (keputusan pembelian).

**Tabel 3.3** Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	Strategi bisnis mendasar yang apabila diterapkan bisa memperoleh produksi yang selaras dengan syarat pembeli (Nurhaida & Realize, 2023).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kinerja</li> <li>2. Keselarasan spesifikasi</li> <li>3. Daya Ketahanan</li> <li>4. Pengendalian</li> <li>5. Kualitas yang dipersepsikan</li> </ol>	<i>Likert</i>
Citra Merek (X2)	Aspek yang dijadikan pembeli guna pengevaluasian barang disaat pembeli tak mempunyai informasi terkait barangnya (Putra & Heryenzus, 2022).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Reputation</i></li> <li>2. <i>Recognition</i></li> <li>3. <i>Affinity</i></li> <li>4. <i>Brandy loyalty</i></li> </ol>	<i>Liker</i>
Kepercayaan (X3)	Aspek terpenting ketika menjalankan upaya didalam waktu yang panjang (Febriyanti & Rustam, 2023)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aplikasi bisa diandalkan</li> <li>2. Aplikasi mempunyai nama yang baik</li> <li>3. Aplikasi punya jaminan keamanan disaat belanja</li> </ol>	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Teknik pengambilan keputusan disaat memperoleh produk dalam kondisi sadar dan kebutuhan pada produk lainnya yang mempunyai keinginan untuk dibeli. (Veronika & Hikmah, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rasa ingin pada barang</li> <li>2. Evaluasi sebelum pembelian</li> <li>3. Perolehan keputusan pembelian</li> <li>4. Rasa puas pembeli</li> <li>5. Loyalitas pada barang</li> </ol>	<i>Likert</i>

**Sumber :** (Nurhaida & Realize, 2023), (Putra & Heryenzus, 2022), (Febriyanti & Rustam, 2023), (Veronika & Hikmah, 2020).

### 3.8 Metode Analisa Data

Metode penganalisisan meliputi aktivitas dalam menggolongkan informasi sesuai variabel dan kriteria responden, pentabulasian informasi sesuai variabel, penyajian informasi pada masing-masing variabel, pelaksanaan hitungan guna memberikan jawaban pada perumusan permasalahan, serta pelaksanaan hitungan guna uji hipotesis. Perolehan pengujian yang akurat bisa memberikan kepercayaan yang tergantung pada pemakaian penganalisisan yang tepat (Sugiyono, 2019).

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif berguna dalam penganalisisan data melalui pendeskripsian data yang digabungkan tanpa tujuan membentuk simpulan yang ada (Sugiyono, 2019).

Berikut ialah rumus yang dipakai dalam pencarian rentang skala sesuai (Febriyanti & Rustam, 2023) :

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

**Rumus 3.2** Rentang Skala

**Sumber :** (Febriyanti & Rustam, 2023)

Keterangan :

RS : Range

n : total responden

m : total pilihan jawaban

Sesuai rumusnya, diperoleh hasil berikut dan dijabarkan di tabel 3.4 :

$$RS = \frac{204(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{816}{5}$$

$$RS = 163,2 \approx 163$$

**Tabel 3.4** Rentang Skala

Rentang Skala	Kategori
204 – 367	Sangat Tidak Setuju
368 – 531	Tidak Setuju
532 – 695	Netral
696 – 859	Setuju
860 – 1.023	Sangat Setuju

**Sumber :** Data Penelitian, 2023

### 3.9 Uji Kualitas Data

#### 3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas ialah pengujian yang dipakai guna pengukuran valid atau tidak sebuah angket. Kevalidan data riset ditetapkan dalam pengukuran yang akurat. Instrumen pengukur dinyatakan kevalidannya apabila instrument tersebut melaksanakan pengukuran pada hal yang harus diukur (Sugiyono, 2019). Untuk memastikan validitas suatu data, digunakan uji signifikansi koefisien korelasi dengan tingkatan kepercayaan 95% atau 0,05 (5%) dimana menunjukkan jika data memiliki korelasi yang signifikan dengan total skor item, maka data bisa ditetapkan kevalidannya, berikut beberapa pertimbangan untuk mengukur validitas :

1.  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (sig. 0,05), korelasi itemnya signifikan pada skor totalnya, ditetapkan kevalidannya.
2.  $r_{hitung} < r_{tabel}$  (sig. 0,05), korelasi itemnya tak signifikan pada skor totalnya, ditetapkan tidak ada kevalidannya.

Guna memperhitungkan kevalidan alat ukurnya, dipakailah rumus Pearson Product Moment :



$$r_{hitung} = \frac{n (\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

**Rumus 3.3** *Pearson Product Moment***Sumber:** (Nurhaida & Realize, 2023)

Keterangan

 $R_{hitung}$  = koefisien korelasi

X = total skor tiap item

Y = Jumlah skore total (seluruh item)

n = Jumlah responden

### 3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah alat ukur guna penentuan besaran suatu hal yang bisa dipercayakan dan diandalkan. Pengujiannya memakai pendekatan nilai *Cronbach Alpha* yang mendekati 1. Apabila perolehannya lebih dari batasan (min. = 0,60), maka kereliabilitasnya bisa dipercayakan (Nurhaida & Realize, 2023). Berikut rumus pengujiannya:

$$r = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \partial b^2}{\partial t^2} \right)$$

**Rumus 3.4** *Cronbach's Alpha***Sumber :** (Nurhaida & Realize, 2023)

Keterangan :

r = reliabilitas instrument

k = total butir pertanyaan

 $\sum \partial b$  = total varian pada butir $\partial t^2$  = varian jumlah

Adapun dasar penetapan keputusan didalam uji reliabilitas (Nurhaida & Realize, 2023), yakni:

1. Koef. cronbach's alpha  $> 0,60$  = angket konsisten/*reliable*
2. Koef. cronbach's alpha  $< 0,60$  = angket tak konsisten/*reliable*

### **3.9.3 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.9.3.1 Uji Normalitas**

Uji ini dipakai guna penentuan variabel menyebar normal/tidak. Pengujian ini memakai uji *Kolmogorov-Smirnov* sesuai riset (Febriyanti & Rustam, 2023), yakni :

1. sig.  $> 0,05$ , normal.
2. sig.  $0,05$ , tak normal.

#### **3.9.3.2 Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas dipakai guna memperoleh deteksi pengujian apakah persamaannya mengalami multikolinieritas atau tidak. Pendeteksian uji ini memakai uji VIF (*Variane Inflation Factor*). Apabila nilai VIF  $< 10$  dinyatakan tak ada multikolinieritas (Putra & Heryenzus, 2022).

#### **3.9.3.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dipakai guna menetapkan perbedaan asumsi heteroskedastisita, terkhusus pada perbedaan varian residual ketika terjadinya pendekatan regresi (Sitorus, 2023). Pengujian ini memakai uji Glejser, dengan mengacu pada kualifikasi berikut:

$H_0$  : Sig (2-tailed)  $> 0,05$  tak ada heterokedastisitas.

$H_a$  : Sig (2-tailed)  $< 0,05$  ada heterokedastisitas.

### 3.9.4 Uji Pengaruh

#### 3.9.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Penganalisisan dipakai berdasarkan fungsi dari variabel bebas dan variabel terikat (Sitorus, 2023). Validitas hipotesis riset juga memakai penganalisisan ini melalui rumus:

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

**Rumus 3.5** Regresi Linear Berganda

**Sumber :** (Sitorus, 2023)

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = nilai konstanta

b = nilai koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Kualitas Produk

X<sub>2</sub> = Citra Merek

X<sub>3</sub> = Kepercayaan

e = eror

#### 3.9.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) dipakai guna melihat persentase yang berubah dari variabel Y akibat variabel X. Apabila R<sup>2</sup> semakin besar, akan memberikan dampak pada persentase perubahan variabel Y dari variabel X semakin besar juga, dan begitu pula sebaliknya (Putra & Heryenzus, 2022). Besarnya koefisien determinasi dihitung melalui rumus ini:

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

### Rumus 3.6 Analisis Koefisien Determinasi

**Sumber :** (Nurhaida & Realize, 2023)

Keterangan:

Kd = koefisien determinasi

$R^2$  = koefisien korelasi berganda.

Kualifikasi guna penganalisisan koefisien determinasi ialah:

- a. Kd mendekati nol (0), artinya dampak variabel X pada Y kecil
- b. Kd mendekati satu (1), artinya dampak variabel X pada Y besar

### 3.9.5 Uji Hipotesis

#### 3.9.5.1 Uji T (Uji Signifikan secara Parsial)

Uji T adalah ialah pengujian koefisien regresi parsial individual guna melihat variabel X memberikan pengaruh atau tidak pada variabel Y (Putra & Heryenzus, 2022). Adapun kualifikasi pengujian ini, yakni:

1.  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan  $Sig > 0,05$ ,  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak.
2.  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $Sig < 0,05$ ,  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima.

Perhitungan nilai t hitung memakai rumus:

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

### Rumus 3.7 Rumus Uji T

**Sumber :** (Nurhaida & Realize, 2023)

Keterangan :

- t = nilai uji thitung yang akan dibanding dengan tabel  
 r = koefisien korelasi  
 $r^2$  = koefisien determinasi  
 n = total sampel

### 3.9.5.2 Uji F (Uji signifikan secara simultan)

Uji F dipakai guna melihat ada atau tidaknya tingkatan signifikan secara bersamaan memberikan dampak variabel independen pada variabel dependen (Febriyanti & Rustam, 2023). Hipotesis yang dipakai ialah :

1.  $H_0$  : Variabel kualitas produk, citra merek dan kepercayaan memberikan dampak tidak signifikan pada variabel keputusan pembelian.
2.  $H_a$  : Variabel kualitas produk, citra merek dan kepercayaan memberikan dampak signifikan pada variabel keputusan pembelian.

Adapun referensi yang menjadi penetapan keputusan, yakni memakai nilai probabilitas signifikansi:

Adapun referensi yang menjadi penetapan keputusan, yakni memakai nilai probabilitas signifikansi:

1. Prob. sig. > 0.05,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
2. Prob. sig. < 0.05,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

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

**Rumus 3.8** Rumus Uji F

**Sumber :** (Sugiyono, 2019)

Keterangan :

$F$  = nilai uji  $F$  hitung yang akan dibanding dengan  $F$  tabel

$R^2$  = koefisien determinasi

$n$  = total sampel

$k$  = total variabel bebas

Dasar penetapan keputusan dalam uji T (Nurhaida & Realize, 2023), ialah:

1.  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dan  $sig. < 0,05$  berarti hipotesis penelitian diterima.
2.  $f_{hitung} < f_{tabel}$  dan  $sig. > 0,05$  berarti hipotesis penelitian ditolak.