

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Yang dimaksud dengan jenis penelitian yaitu sebuah penelitian ilmiah yang menggunakan hasil pengamatan serta analisis secara sistematis. Dimana penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Pengertian dari penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan pada pengumpulan data-data berupa angka yang akan dilakukan analisa-analisa untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan, kemudian mendapatkan kesimpulan akhir atas uji tersebut (Sugiyono, 2016: 4)

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Pada penelitian ini peneliti memutuskan untuk menggunakan sifat penelitian deskriptif. Dimana penelitian deskriptif ini adalah penelitian dimana dilakukan dengan cara menjelaskan sebuah objek secara spesifik, agar dapat mengetahui karakteristik atas sebuah populasi yang diteliti yang berfungsi untuk menganalisa dan juga memberikan gambaran kasar dengan menghubungkan variabel yang satu dengan variabel lainnya (Sanusi, 2014: 13)

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

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

Karena penulis mengangkat judul mengenai “Pengaruh Periklanan, Kualitas Produk dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee di Kota Batam” maka kuesioner yang disebarakan akan dituju kepada pengguna Shopee di kota Batam.

### 3.3.2 Periode Penelitian

**Tabel 3.1** Periode Penelitian

Kegiatan	Waktu Kegiatan																			
	2023																2024			
	September				Oktober				November				Desember				Januari			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■	■																		
Mencari data			■	■	■	■														
Melakukan penyusunan							■	■	■	■										
Membuat kuesioner											■	■								
Penyebaran Kuesioner													■	■						
Mengelola Data															■	■	■	■		
Menyelesaikan hasil akhir																				■

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi dikatakan sebagai suatu daerah yang mempunyai subjek serta objek beserta karakteristik yang ada didalam suatu penelitian dan menghasilkan sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2016: 80). Populasi yang menjadi objek penelitian penulis pada penelitian ini adalah pengguna Shopee di Kota Batam. Dimana jumlah populasi yang akan diteliti tidak diketahui oleh peneliti, dikarenakan tidak adanya data mengenai banyaknya jumlah pengguna di *marketplace* Shopee dan sesuai dengan batasan masalahnya penelitian ini hanya mencakup para pengguna Shopee di Kota Batam.

### 3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Definisi dari sampel adalah suatu bagian dari sebuah karakteristik ataupun jumlah yang dipilih secara sengaja ataupun tidak sengaja agar dapat menjadi perwakilan dalam sebuah populasi (Sugiyono, 2016: 81). Perihal populasi yang dimiliki penulis tidak jelas pastinya, maka peneliti memutuskan untuk menggunakan rumus *Lemeshow*. Rumus *Lemeshow* yang digunakan seperti dibawah ini:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2} \quad \text{Rumus 3.1 Lemeshow}$$

**Sumber:** (Nurlela, 2023)

Keterangan :

$n$  = Total Sampel yang dicari

$z$  = Nilai estimasi (1,96) dengan tingkat kepercayaan 95%

$p$  = Proporsi populasi tidak diketahui (0,5)

$d$  = Alpha (0,10)

Berdasarkan rumus diatas maka perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$n = 96,04 = 96$  dan dibulatkan menjadi 100 responden.

### 3.4.3 Teknik Sampling

Yang dimaksud dengan teknik sampling adalah cara yang dipakai untuk mencari sampel dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan penulis untuk mengambil sampel adalah menggunakan teknik *non probability sampling*, yaitu teknik *accidental sampling*. Alasan kenapa penulis

menggunakan teknik sampel ini adalah karena populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara jelas.

### 3.5 Sumber Data

Dalam melakukan penelitian ini peneliti mengambil data yang bersifat primer dan juga bersifat sekunder. Data diperoleh langsung dari lapangan dan juga dari beberapa media terpercaya. Sumber dari data primer ini diperoleh dari pengguna Shopee di Kota Batam. Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari berbagai survey dan riset yang dilakukan oleh beberapa instansi untuk mendapatkan data berdasarkan variabel-variabelnya.

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Cara dalam pengumpulan informasi respondennya menggunakan cara yang paling potensial yaitu pengumpulan data. Pada penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner secara tertutup yang menjadi media atau alat untuk memperoleh data. Kuesioner dibuat untuk mengetahui respon dari responden. Dalam prosesnya menggunakan skala likert yang dapat mempermudah responden untuk menjawab pertanyaan atau pernyataannya.

**Tabel 3.2** Skala Pengukuran (Skala Likert)

<b>Jawaban</b>	<b>Singkatan</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Kurang Setuju	KS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

**Sumber:** (Sugiyono,2016)

### **3.7 Operasional Variabel Penelitian**

Mengartikan variabel intinya memiliki kesamaan dari pada variabel lain untuk berbagai disiplin ilmu atau bidang. Variabel ini didefinisikan dengan sesuatu yang mempunyai nilai yang dapat diukur, dapat berupa yang berwujud ataupun juga yang tidak berwujud (Chandarin, 2017: 82).

#### **3.7.1 Variabel Bebas**

Variabel eksogen (variabel bebas) merupakan suatu variabel dimana dapat secara langsung mempengaruhi suatu variabel lain dan dapat dilihat nilai ukurnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tiga variabel bebas yaitu:

##### **3.7.1.1 Periklanan (X1)**

Ada empat indikator periklanan yang dinyatakan oleh (Kasno & Syaifullah, 2021) yaitu:

1. Penemuan informasi mengenai produk,
2. Design media yang menarik,
3. Memberikan informasi yang jelas dari media manapun,
4. Dapat memberikan informasi yang dapat dipercaya oleh pelanggan.

##### **3.7.1.2 Kualitas Produk (X2)**

Ada lima indikator kualitas produk yang dinyatakan oleh (Hakim & Saragih, 2019) yaitu:

1. *Performance* (performa),
2. *Durability* (durabilitas),
3. *Conformance to specification* (sesuai dengan spesifikasinya),
4. *Features* (fitur),

5. *Realibility* (keandalan).

### 3.7.1.3 *Customer Rating* (X3)

Ada empat indikator *customer rating* yang dinyatakan oleh (Latief & Ayustira, 2020) yaitu:

1. Kesadaran,
2. Frekuensi,
3. Perbandingan,
4. Menyenangkan

### 3.7.2 Variabel Terikat

Variabel terikat dapat disebut sebagai endogen dimana variabel ini secara langsung dapat mempengaruhi variabel eksogen (variabel bebas) dan juga bergantung terhadap variabel lainnya. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Kevin Lane Keller dalam (Patmala & Fatihah, 2021) terdapat beberapa indikator untuk mengukur keputusan pembelian yaitu:

1. Metode Pembayaran
2. Waktu pembelian
3. Pemilihan tempat penyalur
4. Pemilihan merek

**Tabel 3.3** Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Periklanan (X1)	Menurut Fatihudin dan Firmansyah dalam (Mirnawati & Rustam, 2023) periklanan merupakan sebuah alat/bentuk komunikasi non-pribadi yang digunakan oleh individu, perusahaan, organisasi-organisasi non-profit lewat berbagai sarana yang tidak murah.	1. Penemuan informasi mengenai produk, 2. Design media yang menarik, 3. Memberikan informasi yang jelas dari media manapun, 4. Dapat memberikan informasi yang dapat dipercaya oleh pelanggan.	Skala Likert
2	Kualitas Produk (X2)	Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Hakim & Saragih, 2019) yang menyatakan bahwa sebuah kemampuan produk atau jasa dalam bekerja untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut dan bahkan dapat melebihi ekspektasi dari konsumen itu sendiri.	1. <i>Performance</i> (performa), 2. <i>Durability</i> (durabilitas), 3. <i>Conformance to specification</i> (sesuai dengan spesifikasinya), 4. <i>Features</i> (fitur), 5. <i>Realibility</i> (keandalan).	Skala Likert
3	<i>Customer Rating</i> (X3)	Menurut (Latief & Ayustira, 2020) <i>customer rating</i> yang dimaksud adalah pemberian rating yang diberikan konsumen yang berbentuk bintang yang menjadi wujud penilaiannya dalam menilai sesuatu hal secara menyeluruh, atau digunakan juga dalam menilai tingkat kinerja, maupun digunakan sebagai nilai terhadap kinerja dalam suatu produk	1. Kesadaran 2. Frekuensi 3. Perbandingan 4. Menyenangkan	Skala Likert

4	Keputusan Pembelian (Y)	Menurut (Ernawati & Giovanni, 2022) keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana berfungsi untuk mencari suatu masalah dan mencari data yang berbentuk informasi mengenai suatu produk lalu melakukan evaluasi dari masing-masing produk untuk mendapatkan inti dari permasalahannya, yang akan berakhir pada sebuah keputusan pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Metode Pembayaran</li> <li>2. Waktu Pembelian</li> <li>3. Pemilihan Tempat Penyalur</li> <li>4. Pemilihan Merek</li> </ol>	Skala Likert
---	-------------------------	--	--	--------------

### 3.8 Metode Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2016: 243) pada pengolahan data pasti pada akhirnya akan memiliki tujuan yaitu perumusan masalah dan juga melakukan uji kebenaran atas hipotesis yang telah ditentukan oleh peneliti. Dalam melakukan pengolahan data dalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 25 untuk mengolah data-data yang telah diperoleh dan melakukan analisa atas data tersebut.

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2016: 143) dalam pengolahan datanya menggunakan analisis yang berfokus terhadap cara menjelaskan suatu hasil dan cara meng gambarkannya untuk mendapatkan suatu kesimpulan yang mencakup semuanya. Rumus yang digunakan untuk mencari rentang skala yaitu:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} \quad \text{Rumus 3. 2 Rentang Skala}$$

**Sumber:** (Sugiyono, 2016)

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel

$m$  = jumlah alternatif jawaban tiap item

RS = rentang skala

$$R = \frac{100(5 - 1)}{5} = 80$$

Cara untuk mengetahui nilai rentang skala yaitu dengan cara mendapatkan nilai paling rendah dan juga nilai paling tinggi.

**Tabel 3.4** Rentang Skala

No	Skor	Skor Positif
1	100-180	Tidak Setuju
2	180-260	Tidak Cukup Setuju
3	260-340	Netral
4	340-420	Cukup Setuju
5	420-500	Sangat Setuju

**Sumber:** Peneliti (2023)

### 3.8.2 Uji Kualitas Data

Dalam melakukan penelitian hal terpentingnya adalah pengolahan data. Oleh sebab itu uji kualitas data tersebut sangat penting untuk diperhatikan.

#### 3.8.2.1 Uji Validitas

Dalam uji ini berfungsi agar dapat mencari tahu mengenai titik ketepatan yang berfungsi untuk mengetahui adakah kesamaan antara objek dengan data yang dilaporkan. Jika data tersebut sama maka dapat dikatakan bahwa data tersebut valid.

Dalam uji ini difungsikan untuk mengetahui nilai ketepatan yang dapat berfungsi untuk memberi tahu apakah didalam penelitian ini terdapat similaritas terhadap objek dengan data yang dipakai. Jika ditemukan bahwa terdapat kesamaan

maka itulah yang membuktikan data tersebut valid (Sugiyono, 2019:61). Rumus yang digunakan dalam uji validitas dengan *product moment* untuk mengetahui nilai koefisien adalah sebagai berikut:

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

**Rumus 3.3** *Product moment*

**Sumber:** (Sugiyono, 2016)

Keterangan :

n = Jumlah subjek

$r_{xy}$  = Koefisien antar korelasi variabel X dan variabel Y

$\sum x$  = Hasil perkalian variabel X dan variabel Y

$\sum x^2$  = Total Kuadrat variabel X

$\sum y^2$  = Total kuadrat variabel Y

Peneliti menggunakan aplikasi software SPSS agar dapat menentukan bahwa penelitian ini valid atau tidak. Caranya adalah dengan membandingkan hasil dari r-hitung dan r-tabel, data dapat dikatakan valid apabila nilai dari r-hitung > r-tabel, begitu juga sebaliknya apabila r hitung < r tabel maka data tersebut tidak valid.

### 3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2016: 66) uji reliabilitas adalah alat instrumen yang bertujuan mengetahui hasil yang konsisten walaupun sudah dilakukan pengujian berkali-kali kepada orang yang sama dalam waktu yang berbeda.

Terdapat teknik pengujian reliabilitas yaitu dengan cara yang dikemukakan oleh Spearman Brown. Rumusnya yaitu:

$$r_i = \frac{2r_b}{1+r_b}$$

**Rumus 3.4** Conbranch Alpha

**Sumber :** (Sugiyono, 2016)

Keterangan :

$r_i$  = Reliabilitas internal keseluruhan

$r_b$  = korelasi antara belahan pertama dan kedua

Jika hasil korelasinya berada di titik 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa tingkat reliabilitasnya cukup baik, jika angka nya berada di titik dibawah dari 0,6 maka bisa disimpulkan tingkat realibelnya tidak reliabel.

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari beberapa pengujian yang menjadi persyaratannya antara lain adalah uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedasitas. Semua uji ini dapat dipenuhi agar lulus ketika dilanjutkan untuk penelitian selanjutnya.

#### 3.8.3.1 Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018: 161-163) sebuah grafik analisis yang berbentuk histogram selanjutnya akan dijadikan sebagai data perbandingan untuk melakukan analisis dan distribusi data yang dapat mendekati nilai normalitas. Peneliti melakukan pengujian normalitas dengan 3 metode yaitu uji *kolmogorov-smirnov*, uji histogram dan uji *normal probability plot*.

Dalam uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dimana nilai 0,05% adalah taraf signifikasi. Untuk mengetahui hasil uji normalitas dimana item yang diuji valid atau tidak harus memiliki ketentuan berikut :

1. Apabila nilai sig (2-tailed) > dari pada 0,05 bisa dinyatakan valid atau lolos dalam pengujian.
2. Apabila sig (2-tailed) < dari pada 0,05 bisa dinyatakan tidak valid atau tidak lolos dalam pengujian.

Dalam pengujian normalitas menggunakan histogram mempunyai syarat dan ketentuan agar data dapat disebutkan berdistribusi normal adalah dimana saat kurva menampilkan bentuk lonceng. Begitu juga kebalikannya apabila kurva tidak menampilkan bentuk lonceng melainkan berbelok tidak beraturan maka data dinyatakan tidak lulus pada pengujian ini.

Dalam menggunakan pengujian normal probability plot memiliki aturan dan syarat agar dapat dikatakan normal yaitu ketika data pengujian menggambarkan titik pola berada dekat atau mengarah kepada garis diagonal. Begitu pula data dapat dikatakan tidak lolos uji ini apabila polanya tidak dekat atau mengarah pada garis diagonal.

### **3.8.3.2 Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk mencari tahu apakah terdapat hubungan terhadap variabel bebas. Bila tidak terdapat ciri-ciri dari multikolinieritas atau hubungan diantara variabel bebas. Maka refresi ini dikatakan berjalan dengan baik. Cara agar dapat mengetahui terdapat atau tidak terdapatnya gejala multikolinieritas adalah dengan pengujian Glejser dengan penarikan antara lain (Ghozali, 2018: 107-108).

1. Adanya indikasi gejala multikolinieritas apabila nilai dari *tolerance* < 0,10.

2. Tidak adanya indikasi gejala multikolinearitas apabila nilai dari *tolerance* > 0,10.
3. Nilai VIF Atau faktor varian inflasi > 0,10 dikatakan ada gejala multikolinearitas
4. Nilai VIF Atau faktor varian inflasi < 0,10 dikatakan tidak ada gejala multikolinearitas.

### **3.8.3.3 Uji Heterokedasititas**

Menurut pendapat dari (Ghozali, 2018: 137) pada pengujian uji heterokedasititas menjadi indikasi adanya ketidaksamaan dari pada varian residual per periode kepada periode observasi lain. Jika tidak adanya heteroskedasititas dalam penelitian maka dapat dikatakan regresinya baik. Agar dapat mengetahui apakah adanya heteroskedastisitas yaitu dengan cara mengorelasikan sebuah nilai absolute dari residualnya dengan variabel bebas lainnya. Dalam Glejser, variabel bebas diwajibkan untuk bernilai signifikansi  $\geq 0,05$  agar dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitiannya.

## **3.8.4 Uji Pengaruh**

### **3.8.4.1 Uji Regresi Linier Berganda**

Dalam melakukan analisis ini bertujuan kepada jumlah variabel penelitian yang terdapat lebih dari satu. Menurut pendapat (Ghozali, 2018: 95) analisis ini umumnya tentang kohesi antara variabel X dan Y. Analisis regresi linear berganda ini berguna untuk mencari tau apakah jauh pengaruh antara periklanan, kualitas produk, dan *customer rating* terhadap keputusan pembelian.

$$\hat{Y} = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_nx_n$$

**Rumus 3.5** Regresi Linier Berganda

**Sumber:** (Sanusi, 2014: 135)

Keterangan:

a: Nilai Konstanta

b: Nilai Koefisien Regresi

Y: Keputusan Pembelian

X.1: Customer Rating

X.2: Periklanan

X.3: Kualitas pelayanan

xn: Variabel Bebas ke-n

#### 3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi

Menurut pendapat (Chandarin, 2017: 97) pada umumnya r kuadrat atau koefisien determinasi memiliki fungsi untuk menafsirkan apa saja variabel terikat. Jika r kuadrat kecil maka dapat dikatakan variabel bebas yang ada tidak dapat mendeskripsikan variabel terikat yang sehingga dapat dikatakan variabel bebas ini mempengaruhi variabel bebas lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Variabel bebas dapat dikatakan memberikan semua informasi mengenai nilai dari koefisien determinasi mendekati angka. *Adjusted r square* merupakan nilai yang ditentukan oleh peneliti dimana nilai terbaik adalah 0,5 karena nilai *adjusted r square* berada dititik 0-1 (Ghozali, 2018: 98). Dalam menghitung nilai koefisien determinasi digunakan formula berikut:

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

**Rumus 3.6** Rumus Koefisien Determinasi

**Sumber :** (Sanusi, 2014: 135)

Keterangan:

D : Determinasi

R : Korelasi Variabel Bebas dan Variabel Terikat

### 3.9 Uji Hipotesis

#### 3.9.1 Uji T

Pada hakikatnya uji t digunakan sebagai alat agar dapat mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu. Tingkat signifikansi pada uji ini sebesar 5% (0,05). Oleh sebab itu, dapat dinyatakan bahwa X memiliki pengaruh apabila nilai signya  $< 0,05$ .

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

**Rumus 3.7** T hitung

**Sumber :** (Sugiyono, 2016: 192)

Keterangan :

r = koefisien

n = Jumlah/ total

1. Hipotesis dapat dikatakan diterima bila  $\text{sig} < 0,05$  dan sebaliknya apabila  $\text{sig} > 0,05$  maka hipotesis tidak diterima.
2.  $H_0$  akan diterima dan  $H_a$  akan ditolak apabila  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ .
3.  $H_0$  akan ditolak dan  $H_a$  akan diterima apabila  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ .

#### 3.9.2 Uji F

Uji f secara hakikatnya berfungsi untuk mencari secara keseluruhan variabel terikat diwaktu yang bersamaan apakah berpengaruh terhadap variabel bebas. Uji

ini bertuju kepada signifikasi yang secara total mengenai satu garis regresi, dimana Y1 apakah memiliki hubungan linear terhadap X1,X2 dan X3. Dengan signifikasi 5% (0,05). Terdapat beberapa persyaratan dalam uji F sebagai berikut:

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

**Rumus 3.8** F hitung

**Sumber :** (Sugiyono, 2016: 192)

Keterangan :

k = Total variabel bebas

n = Jumlah sampel

r = koefisien berganda

1. Hipotesis dikatakan diterima bila  $\text{sig } f < 0,05$  dan hipotesis dikatakan tidak diterima jika  $\text{sig } f > 0,05$ .
2. Hipotesis dapat dikatakan diterima jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$  dan sebaliknya hipotesis akan dikatakan ditolak bisa  $f_{hitung} > f_{tabel}$