

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2016: 2) pada dasarnya penelitian ialah suatu prosedur ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan dalam konteks ini, yakni cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan deskriptif. Pendekatan kuantitatif ini berakar pada filosofi positivisme, di mana data terkumpul melalui survei terhadap sampel maupun populasi spesifik. Sarana survei dan pemrosesan data statistik digunakan dalam pendekatan kuantitatif ini, yang diperancang untuk menaklukkan anggapan detil.

Menurut (Widiyanto, 2018: 35) penelitian deskriptif merupakan suatu bentuk penelitian menargetkan agar menguraikan atau menggambarkan sebuah peristiwa, kondisi, objek, maupun seluruh hal terkait bersama variabel yang dapat terjelaskan secara kuantitatif ataupun kualitatif. Bentuk yang diterapkan dalam penelitian ini adalah Model kausalitas memiliki kegunaan dalam mengukur hubungan antar variabel atau menganalisis dampak antar variabel. Penelitian ini merupakan penelitian eksperimental yang menggunakan variabel independen yang dikendalikan dengan cermat bagi mengamati dampaknya secara langsung tentang variabel dependen. Data yang terkumpul diperoleh melalui penyebaran kuesioner langsung kepada pelanggan yang melakukan pembelian melalui situ Buka Lapak.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari studi sebelumnya, yang artinya merupakan duplikasi penelitian sebelumnya dengan penyesuaian pada periode observasi, variabel, dan objek penelitian. Terdapat perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terkait dengan lamanya fase pengamatan dengan subjek yang ditinjau.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Subyek pada penelitian ialah penduduk yang menerapkan situs web dan aplikasi Buka Lapak di Kota Batam.

3.3.2 Periode Penelitian

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Kegiatan	Tahun 2022				
	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
Pengajuan judul					
Tinjauan pustaka					
Penyusunan penelitian					
Pembagian kuesioner					
Mengumpulkan data kuesioner					
Pengolahan data					
Pegumpulan skripsi					

Sumber: Data Peneliti, 2023

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merujuk pada gambaran umum suatu wilayah yang mencakup subjek dan objek dengan karakteristik dan jumlah yang khusus. Dalam konteks ini, peneliti akan memilih dan menggambarkan sebagian dari populasi tersebut untuk studi lebih lanjut (Sugiyono, 2016: 80). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan aplikasi dan situs web Buka Lapak yang berlokasi di Kota Batam. Populasi penggunaan Buka Lapak di Kota Batam tidak bisa diketahui benar-benar.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel merujuk pada sejumlah subjek maupun objek yang nanti diuji, ialah separuh kecil daripada jumlah populasi yang sudah dijadikan representatif atau terkelompokan secara terbatas bagi penelitian selanjutnya. Proses penarikan kesimpulan dilakukan setelah menguji sampel tersebut (Sugiarto, 2017: 124). Jumlah sampel bisa dihitung menggunakan rumus Lemeshow.

$$n = \frac{Z^2 \times P \times (1 - P)}{D^2}$$

Rumus 3.1 Rumus Lemeshow

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Nilai standar = 1.96

P = Estimasi maksimal, karena data belum tersedia maka digunakan 50%
= 0.5

D = Alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Dengan menggunakan rumus Lemeshow di atas, perhitungan jumlah sampel dapat dilakukan sebagai berikut:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times (1 - 0.5)}{10\%^2}$$

$$n = \frac{1,9208 (0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{0.9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Sehingga, memperoleh jumlah minimum sampel yang diperlukan pada peneliti ini sebanyak 96 responden, dan dibulatkan menjadi 100 responden untuk peneliti.

3.4.3 Teknik Sampling

Penelitian mengaplikasikan metode purposive sampling, di mana dipilih dengan cermat berdasarkan kriteria tertentu. Prosedur pemungutan sampel efektif ialah

dengan menyertakan seluruh bagian database dan kemudian menyeleksi yang memenuhi kriteria sebagai sampel.

Beberapa persyaratan agar menjadi sampel pada penelitian meliputi:

1. Responden harus menggunakan aplikasi Buka Lapak di Kota Batam
2. Responden sudah melakukan pembelian minimal satu kali di aplikasi Buka Lapak
3. Usia responden mulai dari >17 tahun

3.5 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan informasi yang bergantung kepada responden sudah memenuhi pedoman yang sudah diterapkan peneliti. Sumber data yang dicapai dikelompokkan jadi dua kategori, yakni data primer dan data sekunder

1. Sumber data primer

Merujuk pada informasi yang tanpa perantara dari responden penelitian, diambil melalui distribusi kuesioner kepada responden yang tinggal di Kota Batam.

2. Sumber data sekunder

Data sekunder ialah informasi diperoleh dan dihimpun bagi peneliti daripada literatur dan sumber lain berhubungan bagi topik penelitian ini.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui penggunaan kuesioner sebagai metode, di mana peneliti menyebarkan beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden. Pernyataan atau pertanyaan tersebut telah dirancang dan disusun dengan hati-hati oleh peneliti. Untuk menilai dan menguji variabel dalam penelitian ini, digunakan skala Likert. Ini adalah alat yang dipergunakan sebagai mengevaluasi sikap, pandangan, serta persepsi individu maupun kelompok terhadap kejadian masyarakat. Saat menyebarkan kuesioner kepada responden, peneliti menggunakan tabel skala Likert tertentu.

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Skala Likert	Kode	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, 2012)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Pada penelitian ini, ada dua variabel digunakan oleh peneliti, yaitu variabel independen dan dependen. Berikut paparan berkaitan kedua variabel tercantum:

1. Variabel Bebas (independen)

Variabel independent memiliki potensi untuk memengaruhi variabel dependen.

Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan dua variabel independen, yaitu Iklan Media Digital (X1), Kualitas Informasi (X2), dan

Kepercayaan (X3)

2. Variabel Terikat (dependen)

bVariabel terikat merupakan variabel yang dapat dipengaruhi atau menghasilkan dampak dari variabel bebas. Dalam penelitian ini, peneliti menentukan variabel terikat sebagai Keputusan Pembelian (Y).

3.8 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data kuantitatif yang terolah secara statistik, karena data disajikan dalam bentuk numerik sesudah mendapatkan jawaban terkait rumusan masalah yang diajukan peneliti. Metode itu juga mengaplikasikan pendekatan teoritis dan memanfaatkan hasil kuesioner dari diperoleh dari para responden.

3.8.1 Analisis Deskripti

Melakukan analisis ini, digunakan metode analisis yang berorientasi pada menguraikan atau menafsirkan hasil data dengan tujuan mencapai konklusi yang lebih komprehensif. Terkait dengan rumus digunakan sebagai menentukan rentan skala:

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

Rumus 3.2 Rentang Skala

Keterangan:

$$RS = \frac{100 (5^{n = \text{Total sampel}} - 1)}{5_{m = \text{Total alternatif tanggapan}}} = \frac{100 (4)}{5} = \frac{400}{5} = 80$$

setiap poin RS = Rentang Skala

Untuk menentukan rentang skala dengan sampel berjumlah 100 responden serta beragam pilihan jawaban bernilai 5. Berikut rumus rentang skala:

$$RS = \frac{100 (5 - 1)}{5} = \frac{100 (4)}{5} = \frac{400}{5} = 80$$

Hasil perhitungan rentang skala berjumlah 80. Dengan demikian skala penelitian tiap kriteria dijelaskan pada tabel 3.3 rentang skala.

Tabel 3.3 Rentang Skala

Interval	Keterangan
100 – 180	Sangat Tidak Setuju
181 – 260	Tidak Setuju
261 – 340	Netral
341 – 420	Setuju
421 – 500	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti, 2023

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Validitas mengacu pada keakuratan maupun ketepatan suatu data, di mana data dianggap valid jika diukur dengan presisi tertentu, yang ditentukan dalam konteks

penelitian ini. Untuk memastikan kebenaran dan relevansi data yang digunakan, perbandingan antara nilai r hitung dan rtabel pada tingkat signifikansi 5% dilakukan.

Untuk menentukan signifikansi koefisien korelasi, digunakan distribusi (tabel r) pada tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$ atau $\alpha = 0.01$ dengan derajat kebebasan ($dk = n - 2$). Validitas suatu instrumen dapat diukur dengan membandingkan r hitung dengan r tabel, di mana instrumen dianggap valid jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, begitu sebaliknya, dianggap tidak valid ketika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$.

3.8.2.2 Uji Reabilitas

Pengujian dilaksanakan bagi mengukur tingkat keakuratan perangkat pengumpulan data yang digunakan. Penulis menggunakan Formula Alpha.

$$r_{11} = (k/(k - 1))(1 - (\sum S_i)/S_t) \quad \text{Rumus 3.3 Rumus Alpha}$$

Keterangan:

r_{11} = nilai reabilitas

$\sum S_i$ = jumlah varians skor tiap-

tiap item S_t = Varians total

K = jumlah item

Untuk menginterpretasikan hasil uji reliabilitas, penilaian didasarkan pada kriteria di mana jika nilai alpha melebihi r tabel, maka kuesioner dianggap reliabel. Begitu sebaliknya, jika nilai tersebut lebih rendah dari r hitung, karenanya kuesioner dianggap tidak reliabel

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas adalah suatu pengujian fungsional bertujuan sebagai menguji dan menilai samakah terdapat korelasi antara variabel bebas. Apabila tidak terdapat korelasi antar variabel independen, variabel dinyatakan dianggap orthogonal, yang berarti tidak ada korelasi nol antara variabel independen. Kunci utama dalam pengujian ini adalah variance inflation factor (VIF), yang menolong mengidentifikasi tanda-tanda multikolinearitas. Kriteria pengujian multikolinearitas ialah sebagai berikut:

1. Jika *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10, sebab itu kondisi bebas dari multikolinearitas.
2. Jika *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih dari 10, sebab itu terdapat indikasi multikolinearitas.

3.8.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan sebagai mengevaluasi juga mengidentifikasi apakah terdapat ketidakseimbangan observasi-observasi. Jika hasilnya konsisten, disebut homoskedastis, sedangkan jika hasil tidak konsisten atau berbeda, disebut heteroskedastis. Kemunculan pola tertentu, lauknya titik-titik yang merancang pola teratur, dapat menunjukkan kemunculan heteroskedastisitas.

3.8.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan benarkah data penelitian memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam uji ini, peneliti memanfaatkan plot regresi P-P, lalu melakukan pengujian bersertya metode Kolmogorov Smirnov. Kriteria yang digunakan dalam pengujian ini iyalah berikut:

1. Jika hasil signifikan $> 0,05$ maka data dinyatakan normal.
2. Jika hasil signifikan $< 0,05$ maka data dinyatakan tidaklah normal.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan (Sugiarto, 2017: 272), analisis diterapkan dengan bertujuan untuk memahami dampak variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini mencakup Iklan Media Digital (X1), Kualitas Informasi (X2), dan Kepercayaan (X3), yang kemudian diuji pengaruhnya kepada variabel dependen, yaitu Keputusan Pembelian (Y). dengan ini merupakan rumus daripada persamaan regresi linier berganda:

$$y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots +$$

Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

α : konstanta

β_1 : koefisien regresi variabel

β_2 : koefisien regresi variabel X_2

β_3 : koefisien variabel X_3

X_1 : Iklan Media Digital

X_2 : Kualitas Informasi

X_3 : Kepercayaan

3.8.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi mencerminkan seberapa besar persentase terpengaruh yang dijelaskan oleh variabel bebas (X_1, X_2, X_3, \dots, n) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). Jika nilai R^2 semakin besar, mendekati 1, maka dapat diinterpretasikan bahwa persamaan regresi linier berganda semakin unggul. Penghitungan nilai R^2 dapat dilakukan menggunakan rumus:

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

Rumus 3.5 Koefisien Determinasi

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji t

Penelitian ini memanfaatkan uji-t untuk tujuan melihat dan menilai dampak variabel bebas, yakni daya tarik iklan dan kepercayaan konsumen, terhadap variable bersangkutan, yakni keputusan pembelian. Norma evaluasi pada uji ini mencakup:

1. Jika nilai t hitung $>$ dari t tabel bersama tingkat signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima.

Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwasan variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

2. Jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dengan tingkat signifikansi lebih dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

3.9.2 Uji F

Penelitian ini menerapkan uji F dengan maksud untuk mengidentifikasi dan menguji apakah terdapat dampak yang bersama-sama dari variabel independen kepada variabel dependen. Kriteria yang digunakan dalam uji ini adalah

1. Jika nilai F hitung $>$ dari F tabel dan signifikansi $<$ 0,05, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas memiliki dampak yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat.
2. Sebaliknya, apabila nilai F hitung $<$ dari F tabel dan signifikansi $>$ 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas tidak memiliki dampak yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat.