

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018, hlm. 14) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme (mengandalkan empirisme) yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pada penelitian ini, peneliti akan memperoleh data dari kuesioner yang akan disebar dan mengolah data dari aplikasi SPSS.

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah bersifat replika dari peningkatan riset yang sudah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Namun akan terdapat perbedaan waktu, objek, dan jumlah sampel didalam penelitian.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di wilayah kota Batam khususnya daerah Nagoya.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian akan dilakukan dalam rentang waktu Maret 2024 hingga Juli 2024.

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

Tahapan Penelitian	Bulan																			
	Maret-24				April-24				Mei-24				Juni-24				Juli-24			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■																			
Penulisan Bab I		■	■	■																
Penulisan Bab II				■	■															
Penulisan Bab III						■	■													
Rancangan Kuesioner									■	■	■	■	■							
Penyebaran Kuesioner														■						
Pengumpulan Data														■	■					
Penyusunan Laporan Penelitian														■	■	■	■			
Penyampaian Hasil Penelitian																	■	■	■	■

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Peneliti memilih hal-hal atau orang-orang dengan ciri-ciri tertentu untuk dianalisis dan ditarik kesimpulannya yang biasa disebut populasi (Ananda Dewi Wahyuni1), 2021). Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kota Batam yang menggunakan aplikasi Shopee yang berdomisili di daerah Nagoya.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Menurut Siregar dalam (Sutedjo, 2021) Tujuan dari pengumpulan data dari sampel adalah untuk mengidentifikasi atribut dan fitur populasi target dengan memilih subset dari keseluruhan populasi. Peneliti menggunakan metode lemeshow untuk memastikan ukuran sampel karena jumlah populasi dan jumlah pengguna Shopee tidak diketahui karena kepadatan populasi yang tinggi di wilayah Nagoya

Rumus Lemeshow yaitu :

$$n = \frac{Z\alpha^2 \cdot P \cdot Q}{L^2}$$

Rumus 3. 1 Lemeshow

Sumber : (Limbong, 2022)

Keterangan :

n = Jumlah sampel

$Z\alpha$ = nilai standar dari distribusi =1.96

P = Estimasi proporsi populasi (0,5)

Q = interval dan penyimpanan (0,5)

L = Tingkat Ketelitian 10%

Berdasarkan Rumus, maka $n = \frac{(1,96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.1)^2} = 96.04$

Dari perhitungan data diatas, maka sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu 96 responden. Kemudian peneliti membulatkan sampel yang dibutuhkan menjadi 100 responden.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling yang akan digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah teknik *non probability* sampling melalui metode *purposive sampling*. Menurut Siregar dalam (Sutedjo, 2021), *purposive sampling* adalah teknik yang mengharuskan pemilihan responden berdasarkan kriteria yang telah ditentukan.

Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Masyarakat Kota Batam yang menggunakan aplikasi Shopee
- b. Masyarakat Kota Batam yang menggunakan aplikasi Shopee yang berdomisili di daerah Nagoya

3.5 Sumber Data

Agar dapat melengkapi data yang diperlukan, berbagai sumber data dapat dikumpulkan untuk menghasilkan informasi. Data primer adalah dasar dari penelitian ini. Dalam konteks ini, istilah "data" menunjukkan informasi yang telah dikumpulkan oleh para peneliti dari individu yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner. Sumber informasi utama adalah kuesioner yang dibagikan kepada responden dalam penelitian ini.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah pendekatan untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan. Dengan menggunakan kuesioner, peneliti melakukan investigasi ini dengan menggunakan metodologi survei. Menurut Kuncoro pada (Benshlomo, 2023), kuesioner adalah kumpulan pertanyaan tertulis yang dirancang untuk memperoleh tanggapan dari individu untuk mengumpulkan data.

Untuk menilai pikiran, perasaan, dan pandangan orang tentang fenomena sosial atau peristiwa yang ditemukan peneliti, digunakan skala Likert. Responden dapat menunjukkan pandangan mereka pada skala dari sangat setuju (5) hingga setuju (4), netral (3), tidak setuju (2), atau sangat tidak setuju (1) dalam kuesioner.

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Skala Likert	Kode	Nilai
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah batasan dan cara pengukuran variabel yang akan diteliti (Purwanto, 2019). Definisi operasional dibuat untuk memudahkan dan menjaga konsistensi pengumpulan data, menghindari perbedaan interpretasi serta membatasi ruang lingkup variabel.

3.7.1 Variabel Bebas (Independen)

Menurut Tritjahjo Danny Soesilo dalam (Purwanto, 2019), variabel Independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen sering disebut juga sebagai variabel bebas. Variabel bebas yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah Persepsi Risiko (X_1), Promosi (X_2) dan Kepercayaan (X_3).

Tabel 3. 3 Persepsi Risiko, Promosi, dan Kepercayaan

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Persepsi Risiko (X_1)	Menurut Dwi P. J dalam (Ananda Dewi Wahyuni, 2021) persepsi Risiko merupakan sebuah persepsi konsumen mengenai ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi negatif yang mungkin diterima atas pembelian suatu produk atau jasa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Social risk</i> (Risiko Sosial) 2. <i>Physical risk</i> (Risiko Fisik) 3. <i>Financial risk</i> (Risiko Finansial) 4. <i>Psychological risk</i> (Risiko Psikologis) 5. <i>Time risk</i> (Risiko Waktu) 	Likert
Promosi (X_2)	Promosi merupakan sebuah upaya bujukan (persuasi) yang digunakan untuk membujuk atau mendorong konsumen untuk mau membeli produk maupun jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan (Praestuti, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesan Promosi 2. Media Promosi 3. Waktu Promosi 4. Frekuensi Promosi 	Likert
Kepercayaan (X_3)	(Ananda Dewi Wahyuni, 2021) Kepercayaan konsumen menurut Ariwibowo adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Maksud dari objek disini adalah berupa produk, orang, perusahaan dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan (<i>Ability</i>) 2. Kebaikan (<i>Benevolence</i>) 3. Integritas (<i>Integrity</i>) 	Likert

3.7.2 Variabel Terikat (Dependen)

Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang secara struktur berpikir keilmuan menjadi variabel yang disebabkan oleh adanya perubahan variabel lainnya (Purwanto, 2019). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Beli (Y).

Tabel 3. 4 Minat Beli

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Minat Beli (Y)	Menurut Kotler dalam (Junizar, 2019), Minat Beli Adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif	Likert

3.8 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data yang dibantu dengan program komputer yaitu SPSS.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Nazir dalam FAUZI (2020), cara suatu objek, situasi, cara berpikir, sekelompok orang, atau serangkaian peristiwa masa kini yang sedang dipelajari dapat dieksplorasi melalui penelitian deskriptif. Untuk membuat hasil penelitian lebih mudah dipahami dan memungkinkan untuk ditarik kesimpulan, teknik analisis

deskriptif digunakan dalam kombinasi dengan tabel frekuensi. Nilai komponen kemudian ditentukan dengan mengalikan frekuensi data dengan nilai bobot terkait.

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Menurut Ghozali dalam (Andhiyani Rahmasari Putri & Ari Susanti, 2022), perlunya melakukan uji validitas untuk mengevaluasi ketepatan dan ketergantungan instrumen kuesioner. Validitas kuesioner tergantung pada seberapa baik kuesioner tersebut mewakili subjek yang dievaluasi. Jika koefisien korelasi yang dihitung (r hitung) lebih tinggi dari koefisien korelasi penting (r tabel), maka kuesioner dianggap valid menurut penilaian program SPSS terhadap validitas kuesioner. Ambang batas signifikansi 5% digunakan untuk mengevaluasi validitas dalam uji dua sisi. Untuk menentukan apakah instrumen tersebut sah, persyaratan statistik berikut ini harus dipenuhi:

1. Apabila r hitung $>$ r tabel atau mendapat hasil positif, maka dinilai valid.
2. Apabila r hitung $<$ r tabel atau mendapat hasil negatif, maka dinilai tidak valid.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali dalam (Andhiyani Rahmasari Putri & Ari Susanti, 2022), Ketika menggambarkan kuesioner sebagai tolok ukur untuk mengukur variable, reliabilitas adalah sejauh mana teknologi yang digunakan untuk membuatnya dapat diandalkan. Keandalan kuesioner ditentukan oleh seberapa konsisten dan konsistennya jawaban atas pernyataan yang diberikan, baik saat ini maupun di masa

mendatang. SPSS menyediakan sumber daya untuk menilai reliabilitas melalui analisis kuantitatif uji *Cronbach Alpha* (α).

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali dalam (Andhiyani Rahmasari Putri & Ari Susanti, 2022), untuk mengetahui apakah persamaan regresi variable pengganggu mengikuti distribusi normal, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan uji normalitas. Uji t dan F akan menunjukkan bahwa nilai residual tampaknya tidak mengikuti distribusi normal. jika ingin mengetahui apakah faktor pengganggu normal, salah satu uji non-parametrik yang dapat diterapkan adalah Kolmogorov-Smirnov (K-S). Distribusi data dianggap normal jika nilai p-value $> 0,05$.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali dalam (Andhiyani Rahmasari Putri & Ari Susanti, 2022), Ketika melihat persamaan regresi yang sudah ada sebelumnya, pengujian multikolinearitas digunakan untuk memeriksa hubungan antara variable independen. Untuk menguji adanya multikolinearitas dalam persamaan regresi, kita dapat melihat nilai tolerance dan variation inflation factor (VIF). Jika nilai tolerance juga tinggi, maka variance inflation factor (VIF) yang tinggi mengindikasikan adanya tingkat kolinieritas yang tinggi. Untuk alasan sederhana bahwa VIF adalah antitesis dari toleransi. Angka cut off yang dipakai dalam penelitian ini adalah toleransi 0,10 atau VIF lebih dari 10.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui apakah sebuah persamaan regresi menunjukkan varian residual yang berbeda pada set data yang berbeda, para ahli statistik menggunakan uji heteroskedastisitas. Menurut Ghozali dalam (Andhiyani Rahmasari Putri & Ari Susanti, 2022) bahwa tidak adanya heteroskedastisitas merupakan indikasi dari sebuah penelitian yang berhasil. Scatterplot atau perbandingan nilai prediksi variable terikat (SPRESID) dengan residualnya (ZPRED) dapat menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas mungkin tidak ada jika suatu bentuk tidak muncul dan terakumulasi di atas atau di bawah nilai nol pada sumbu y.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah teknik yang digunakan untuk melihat hubungan antara variabel X dan variabel Y secara linear. Teknik ini digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yang memiliki nilai positif atau negatif, serta untuk memperkirakan hasil dari variabel terikat dalam kasus di mana ada penambahan atau pengurangan nilai variabel bebas. Data biasanya berbentuk skala rasio.

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghozali dalam (Andhiyani Rahmasari Putri & Ari Susanti, 2022), koefisien determinasi mengukur seberapa bagus persamaan tersebut mewakili variabel dependen. Sebagai metrik statistik, koefisien determinasi (R-squared) dapat memiliki nilai antara 0 dan 1. Sejuah mana variable independen dapat

menjelaskan variable dependen ditunjukkan oleh nilai R-squared yang rendah. Ketika nilai variable independen mendekati satu, maka nilai tersebut memberikan penjelasan yang kuat untuk variasi variable dependen. Evaluasi persamaan regresi yang optimal dalam penelitian sering kali dipandu oleh nilai Adjusted R², karena nilai-nilai ini dapat berubah ketika variable independen dimasukkan ke dalam model.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji t (Parsial)

Menurut Ghozali pada (Sutedjo, 2021), Statistik t mengukur sejauh mana variabel independen atau penjelas dapat menjelaskan varians variabel dependen. Tujuan dari uji ini adalah untuk menemukan hubungan antara variabel independen sehingga kita dapat menentukan apakah masing-masing memiliki efek positif pada variabel dependen.

1. H_0 : ditolak jika $\text{Sig } t_{\text{hitung}} < \alpha$ (tingkat signifikan yang digunakan)
2. H_0 : diterima jika $\text{Sig } t_{\text{hitung}} > \alpha$ (tingkat signifikan yang digunakan)

3.9.2 Uji f (Simultan)

Menurut Ghozali pada (Sutedjo, 2021), Ketika menganalisis model untuk signifikansi statistik, ahli statistik sering menggunakan uji F untuk melihat apakah setiap variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

- 4.2 H_0 : ditolak jika $\text{Sig } F_{\text{hitung}} < \alpha$ (tingkat signifikan yang digunakan)
- 4.3 H_0 : diterima jika $\text{Sig } F_{\text{hitung}} > \alpha$ (tingkat signifikan yang digunakan)