

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu Sugiyono (2018). Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) strategi penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih.

Menurut Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan. Strategi penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana pengaruh variabel independen yaitu pengaruh Tagline (X_1), Gratis Ongkos Kirim (X_2), dan Flash Sale (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) yang merupakan variabel dependen.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Handayani (2020), populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti, kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Pulo Gadung Jakarta Timur yang sudah biasa melakukan belanja online di situs Shopee Terdapat 14.310 seluruh populasi jiwa pada Kelurahan Pulo Gadung.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan kecilnya tidak diketahui secara pasti. Jika populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui maka dalam penentuan sampel digunakan rumus :

$$n = \frac{Z^2}{4(\text{moe})^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

z = Tingkat distribusi normal

Moe = Margin of Error Max yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang dapat ditoleransi 95% atau $Z = 1,96$ Moe sebesar 10% maka jumlah sampel yang ditentukan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0.10^2)}$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 96,04 responden dan dibulatkan menjadi sebanyak 97 responden dan menggunakan jumlah populasi yang terakhir semakin banyak sehingga kekuatan semakin baik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purpose sampling. Purpose sampling adalah karakteristik responden telah ditentukan penelitian. Didalam menentukan sampel ada pertimbangan kriteria tertentu yaitu, remaja, dan dewasa yang menggunakan aplikasi E-Commers Shopee Indonesia. Adapun kriteria pemilihan sampel tersebut adalah orang-orang yang menggunakan Aplikasi Shopee untuk belanja online.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Data

Data yang didapat dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuisisioner, yakni peneliti terjun langsung untuk mendapatkan data dari pihak yang bersangkutan secara langsung atau disebut juga data primer. Menurut Sugiyono (2018) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Selanjutnya peneliti melakukan pengambilan data langsung pada obyek penelitian dengan cara menyebarkan kuisisioner. Kuisisioner diberikan secara

langsung kepada para responden yang sudah dijadikan sampel, kuesioner yang diberikan kepada para responden berisi beberapa pertanyaan yang harus dijawab oleh responden.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan Data adalah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Sementara itu instrumen pengumpulan data merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Karena berupa alat, maka instrumen pengumpulan data dapat berupa check list, kuesioner, pedoman wawancara, hingga kamera untuk foto atau untuk merekam gambar.

Menurut Nazir dalam Susanto (2012) bahwa pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Observasi Observasi yaitu teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.
2. Interview/wawancara Interview adalah teknik pengumpulan data dengan jalan mengadakan komunikasi langsung dengan pihak-pihak yang mengetahui langsung dengan masalah yang diteliti pengumpulan datanya melalui online.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Menurut Sugiyono (2013) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Likert didesain untuk menilai sejauh mana subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan.

Tabel 3.1 *Tabel Skala Likert*

Pilihan Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2013)

3.4 Operasionalisasi Variabel

Menurut Singarimbun (2011) variabel adalah konsep-konsep dapat diteliti secara empiris, mereka harus dioperasionalkan dengan mengubahnya menjadi variabel yang berarti sesuatu yang mempunyai variasi nilai. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (variabel independen) yaitu variabel yang mempengaruhi dan variabel terikat (variabel dependen) yaitu variabel yang dipengaruhi.

1. Variable Bebas

Variabel bebas merupakan variabel yang keberadaannya mempengaruhi besar atau kecilnya nilai variabel bebas baik secara positif maupun negatif. Peneliti menggunakan simbol X untuk mewakili variabel bebas. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah (X₁) Tagline (X₂) Gratis Ongkos Kirim dan (X₃) Flash Sale.

2. Variable Terikat

Variabel terikat adalah faktor – faktor yang diobservasi dan diukur untuk menentukan adanya variabel bebas, yaitu faktor yang muncul, atau Tidak muncul atau berubah sesuai dengan yang diperkenalkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan simbol Y untuk mewakili variabel terikat. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian(Y).

Tabel 3.2 *Operasionalisasi Variabel*

Variable Penelitian	Indikator	No. Item
Tagline (X ₁) Sumber : Kotler dan Keller (2016)	Keakraban	1,2
	Perbedaan	3,4
	Pesan atas iklan	5,6
	Relevan	7,8
Gratis Ongkir(X ₂) Sumber : Sari (2019)	Perhatian	1,2
	Ketrertarikan	3,4
	Keinginan	5,6
	Tindakan	7,8
Flash Sale (X ₃) Sumber : Kotler dan ketler (2015)	Frekuensi	1,2
	Kualitas Promosi	3,4
	Waktu Promosi	5,6
	Ketepatan atau Promosi	7,8
Keputusan Pembelian (Y) Sumber : Kotler dan Keller (2017)	Pilihan Produk	1,2
	Pilihan Merek	3,4
	Pilihan Penyalur	5
	Waktu Pembelian	6
	Jumlah pembelian	7
	Metode Pembayaran	8

Sumber : Kotler dan Keller (2016); Sumber : Sari (2019); Sumber : Kotler dan keller (2015); Sumber : Kotler dan Keller (2017).

3.5 Metode Analisis Data

Untuk mengukur apakah valid dan reliabel dapat digunakan dengan uji coba instrumen. Dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan instrumen yang valid dan reliabel, yang diharapkan akan menjadi valid dan reliabel. Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner, peneliti melakukan uji coba terhadap kuesioner tersebut. Agar dapat mengetahui bahwa ada pertanyaan yang mengandung jawaban yang kurang objektif, kurang jelas atau membingungkan Sugiyono (2018).

3.5.1 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data merupakan pengujian yang diperlukan dalam penelitian dengan instrumen angket, tujuannya agar data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Tes ini terdiri dari uji validitas dan reabilitas. Uji validitas berkaitan dengan pengungkapan kuisisioner dimana suatu kuisisioner diharapkan dapat mengukur konstruk, atau variable/konstruk tersebut tidak dapat diukur maka pernyataan kuisisioner tersebut tidak sah. Uji reabilitas berkaitan dengan tingkat kemantapan kuisisioner yang telah disiapkan mampu memberikan jawaban yang sama dari waktu ke waktu ketika diajukan kembali kepada responden yang sama. Jika kuisisioner memberikan jawaban yang berbeda – beda dengan sample yang sama, maka akan dianggap tidak reliabel.

3.1.5.1 Uji Validitas Data

Menurut Ghozali (2018) Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuisisioner penelitian. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan yang ada pada kuisisioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk degree of freedom (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Dengan kriteria pengujian uji validitas adalah sebagai berikut :

- 1) Jika r hitung $\geq r$ tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)

- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

3.1.5.2 Uji Reabilitas Data

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap kuesioner stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala/kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Dalam melakukan perhitungan Alpha, digunakan alat bantu program komputer yaitu SPSS dengan menggunakan model Alpha. Sedangkan dalam pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6 Ghazali (2011,) Menurut Nazir dalam Susanto (2012) bahwa pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Observasi yaitu teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.
2. Interview/wawancara Interview adalah teknik pengumpulan data dengan jalan mengadakan komunikasi langsung dengan pihak-pihak yang mengetahui langsung dengan masalah yang diteliti
3. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pencatatan dari dokumen yang berkaitan dari penelitian
4. Kuisisioner adalah cara pengumpulan data dengan penyebaran angket pertanyaan pada objek penelitian sehubungan dengan masalah yang diteliti. Kuisisioner menggunakan penilaian skala Likert.

3.6 Analisis Data

Analisis statistik data dilakukan dengan tujuan untuk menghitung data yang telah diperoleh dalam penelitian ini, yaitu hasil dari survei melalui kuesioner

yang akan dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi, menyiapkan data setiap variabel yang diteliti dan setelah itu melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis secara parsial (uji-t) dan simultan (uji-F).

3.6.1 Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018), menjelaskan bahwa koefisien determinasi (R^2) pada intinya dapat mengukur seberapa jauh kemampuan mengenai model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1. Karena nilai R^2 yang rendah, hanya sebagian kecil dari variasi beberapa variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Pengaruh faktor-faktor independen terhadap variabel dependen berkurang jika R^2 mendekati 0. Sebaliknya, semakin dekat R^2 dengan 1, semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi (KD) akan digunakan dengan rumus sebagai berikut untuk mengukur pengaruh variabel bebas (Independen) terhadap variabel terikat secara parsial atau simultan:

3.6.1.2 Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis Koefisien Determinasi Secara Parsial :

1. Pengaruh Tagline terhadap Keputusan Pembelian $R^2_1 = (r_{X_1 \cdot Y})^2 \cdot 100\%$
2. Pengaruh Flash Sale terhadap Keputusan Pembelian $R^2_2 = (r_{X_2 \cdot Y})^2 \cdot 100\%$
3. Pengaruh Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian $R^2_3 = (r_{X_3 \cdot Y})^2 \cdot 100\%$

3.6.1.3 Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Tagline, Gratis ongkir dan Flash Sale Shopee terhadap keputusan pembelian secara simultan.

3.7 Pengujian Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa pengujian hipotesis dapat berupa pernyataan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian. Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial (dengan uji-t) maupun secara simultan (dengan uji-F).

3.7.1 Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Menurut Ghozali (2018), dalam penelitian ini untuk menguji variabel bebas dan variabel terikat secara parsial dapat menggunakan Uji-t. Uji-t adalah solusi jangka pendek untuk rumusan masalah, yang menanyakan bagaimana dua variabel atau lebih berhubungan satu sama lain. Untuk menguji pengaruh signifikan antara variabel bebas (Tagline, Flash Sale, dan Gratis ongkir) terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian) secara parsial. Langkah-langkah pengujian sebagaiberikut :

- a. Pengaruh Tagline (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)
 - $H_0 : \rho_1 = 0$ (secara parsial Tagline tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian)
 - $H_a : \rho_1 \neq 0$ (secara parsial Tagline berpengaruh terhadap keputusan pembelian)
- b. Pengaruh Flash Sale (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)
 - $H_0 : \rho_2 = 0$ (secara parsial flash sale tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian)
 - $H_a : \rho_2 \neq 0$ (secara parsial flash sale berpengaruh terhadap keputusan pembelian)
- c. Pengaruh Gratis Ongkir (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)
 - $H_0 : \rho_3 = 0$ (secara parsial gratis ongkir tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian)
 - $H_a : \rho_3 \neq 0$ (secara parsial gratis ongkir berpengaruh terhadap keputusan pembelian).

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel bebas pada perubahan variabel terikat secara parsial, dilihat dari significance t dibandingkan terhadap α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria :

- H_0 ditolak, jika signifikan $t \leq 0,05$.
- H_a diterima, jika signifikan $t \geq 0,05$.

3.7.2 Uji signifikan Simultan (Uji-F)

Menurut Ghozali (2018), menunjukkan bahwa uji-F digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis ini digunakan uji-F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. $H_0 : \rho_1, \rho_2, \rho_3 = 0$ (Secara simultan tagline, flash sale, dan gratis ongkir tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian)
2. $H_a : \rho_1, \rho_2, \rho_3 \neq 0$ (Secara simultan tagline, flash sale, dan gratis ongkir berpengaruh terhadap keputusan pembelian)

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel terikat secara simultan, dilihat dari nilai significance f dibandingkan terhadap α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria :

H_0 ditolak, jika significance $f < 0,05$

H_0 ditolak, jika signifikan $F \leq 0,05$.

3. H_a diterima, jika signifikan $F \geq 0,05$.