

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif, dimana data penelitian berupa angka- angka dan di analisis menggunakan statistic. metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Sofian Effendi dan Tukiran, 2014). Metode survei yang dilakukan focus pada pengumpulan data responden yang memiliki informasi tertentu sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah.

Berdasarkan tingkat eksplanasinya penelitian ini digolongkan dalam penelitian asosiatif kausal atau hubungan, yaitu penelitian untuk mengetahui sebab akibat. Hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2012).

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi menurut Sugiyono (2008), adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di wilayah kelurahan Sunter Jaya, Jakarta Utara. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti. Oleh sebab itu besar populasi tak terhingga.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi untuk dijadikan sebagai bahan penelaahan dengan harapan contoh yang diambil dari populasi tersebut dapat mewakili (representatif) terhadap populasinya. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu

siapa saja yang secara bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Bila

dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017 : 85).

Penelitian ini memiliki populasi yang jumlah dan besarnya tidak diketahui secara pasti, maka digunakan rumus *Margin of Error*, sebatian berikut :

$$n = \frac{z^2}{4 (Moe)^2}$$

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan penentuan sampel 95 % atau 1,96

Moe = Margin of error, tingkat kesalahan maksimum adalah 10 %

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diperoleh sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4 (Moe0,1)^2} = 96,04 \text{ atau dibulatkan } 97$$

Setelah dilakukan perhitungan dengan rumus Moe , maka jumlah yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 97 responden.

3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan tertulis yang disusun secara sistematis kepada responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2008).

1. Data Primer

Dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan beberapa metode, yaitu:

a. Penelitian Lapangan (*Field research*),

Pengumpulan data dengan cara melakukan survei ke lapangan yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti. Jenis pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, terdiri dari:

b. Observasi

Observasi merupakan mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara mengunjungi perusahaan yang sedang diteliti secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan masalah yang sedang diteliti.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik mengumpulkan data dengan menyebarkan pernyataan melalui lembar kuesioner kepada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi yang disusun adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan berhubungan pendapat mahasiswa mengenai pengaruh orientasi belanja, kepercayaan serta pengalaman pembelian terhadap perilaku konsumen.

2. Data Sekunder

Studi Kepustakaan (*Library research*), Mengumpulkan data atau informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dengan cara membaca dan mempelajari literatur atau sumber. Data sekunder diperoleh melalui studi perpustakaan dengan melihat dan mempelajari literatur-literatur, buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan bertujuan mengetahui teori untuk masalah yang sedang diteliti. Data sekunder juga bisa diperoleh melalui:

Jurnal merupakan data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam yang berhubungan dengan pemasaran. Mengumpulkan data dengan cara mencari data dan informasi yang berkaitan dengan topik penelitian, yang sudah dipublikasikan di internet dalam bentuk jurnal, makalah, ataupun karya tulis.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen (variabel terikat). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel independen adalah kualitas.

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Kualitas Produk (X1), Tjiptono (2008)	Kinerja (<i>Performance</i>)	Kemudahan penggunaan	1
	Keistimewaan Tambah (<i>Features</i>)	Ciri produk demi menambah ketertarikan pelanggan	2
	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Kehandalan dalam pengepakan barang	3
		Kecepatan dan ketepatan waktu dalam pengiriman	4
	Kesesuaian Spesifikasi (<i>Conformance</i>)	Kesesuaian produk dengan spesifikasi	5
	Daya Tahan Produk (<i>Durability</i>)	Ketahanan produk tersebut dapat digunakan	6
	Estetika (<i>Ashtetics</i>)	Penampilan dari produk yang menarik	7
	Kemampuan Melayani (<i>Service Ability</i>)	Kecepatan dan respon dalam menangani pengembalian produk	8
		Keramah tamahan staf dalam melayani keluhan konsumen	9
	Perceived Quality (Kualitas yang di persepsikan)	Kualitas yang dinilai berdasarkan reputasi perusahaan	10
Harga (X2), Stanton (2010)	Keterjangkauan Harga	Harga produk yang dijual sesuai dengan kemampuan konsumen	11
		Harga produk bervariasi sesuai dengan jenis dan ukuran produk	12
	Daya saing harga	Harga produk dapat bersaing	13
	Kesesuaian harga dengan kualitas	Kesesuaian barang yang dijual sesuai dengan kualitas produk.	14
		Kesesuaian barang yang dijual dengan hasil yang diinginkan	15

	Kesesuaian harga dengan manfaat	Banyak keuntungan setelah membeli produk	16
Promosi (X3), Kotler Amstrong (2013:432)	Periklanan (Advertising)	Iklan melalui Internet dan televisi	17
		Iklan yang mudah dipahami	18
	Promosi Penjualan (<i>Selling Promotion</i>)	Adanya potongan harga pada produk	19
	Hubungan masyarakat	Hubungan langsung ke masyarakat dengan mengadakan acara langsung atau khusus	20
	Penjualan personal	Penjualan yang dilakukan secara langsung oleh tenaga penjual dari perusahaan	21
	Pemasaran langsung	Pemasaran langsung dengan konsumen	22
Keputusan Pembelian (Y), Kotler Keller (2013:235)	Pengenalan Kebutuhan	Kebutuhan akan produk	23
		Kebutuhan tempat berbelanja	24
		Kebutuhan tempat perbelanjaan yang menyediakan produk	25
	Pencarian Informasi	Pencarian berdasarkan pengalaman	26
		Pencarian informasi ketersediaan produk	27
	Penilaian Alternatif	Membandingkan kualitas produk	28
		Membandingkan harga produk	29
	Keputusan Pembelian	Keputusan membeli sesuai kebutuhan	30
		Konsistensi membeli sesuai merek	31
		Kepuasan atas merek yang dibeli	32
	Perilaku pasca pembelian	Kepuasan terhadap produk yang dibeli	33
		Kepuasan terhadap harga yang dibeli	34
		Mempromosikan/ merekomendasikan pembelian produk	35
		Keinginan untuk melakukan pembelian kembali	36

3.5 Instrumen Pengumpulan Data

3.5.1 Instruman Penelitian

Menurut Sugiyono (2008), instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati dan secara spesifik semua fenomena ini disebut variable penelitian. Instrumen atau alat ukur dalam penelitian ini berupa kuesioner yang berisi butir-butir pertanyaan. Penyusunan kuesioner tersebut didasarkan pada konstruksi teoritik yang telah disusun sebelumnya. Kemudian atas dasar teoritik tersebut dikembangkan dalam indikator-indikator dan selanjutnya dikembangkan dalam butir-butir pertanyaan. Instrumen ini disusun dengan menggunakan Skala Likert. Adapun kisi-kisi kuesioner dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Indikator-indikator Kualitas Produk, Harga dan Promosi diukur menggunakan skala Likert yang mempunyai lima tingkat preferensi yang masing-masing memiliki skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.2

Skala Likert untuk Instrument Penelitian

Skor	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Kurang Setuju (KS)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

*Sumber:
Maryuliana
et al.2016*

Sebelum digunakan pada penelitian sesungguhnya, kuisisioner harus di uji terlebih dahulu. Uji instrument dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas suatu instrument. Dari uji coba tersebut dapat diketahui kelayakan dari instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden. Baik tidaknya instrumen yang digunakan akan berpengaruh terhadap hasil penelitian. Uji instrumen digunakan terhadap 30 orang responden.

3.5.2 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan kemampuan sebuah

skala untuk mengukur konsep yang dimaksudkan. Manfaat dari uji validitas yaitu untuk mengetahui apakah item-item yang ada dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrument dalam mengukur variabel penelitian. Pengujian ini dilakukan dengan mengajukan butir-butir pertanyaan kuesioner yang nantinya akan diberikan kepada responden. Setelah mendapatkan data dari responden kemudian dilakukan uji construct validity dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA).

Uji validitas diperlukan untuk menguji keabsahan instrument penelitian sehingga dapat digunakan untuk alat menggali data pada saat melakukan penelitian.⁶⁶ Metode yang digunakan yaitu dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh dari setiap item dengan skor total setiap atribut. Teknik korelasi yang digunakan yaitu pearson product moment correlation :

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

Dimana :

R = koefisien korelasi antara item (x) dengan skor total (y)

N = banyaknya responden

X = skor yang diperoleh dari seluruh item

Y = jumlah skor yang diperoleh dari seluruh item

$\sum XY$ = jumlah perkalian X dan Y

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

3.5.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas memusatkan perhatian pada masalah konsistensi dan masalah ketepatan (Kuncoro, 2003). Hasil pengukuran dapat dipercaya bila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur tidak berubah. Pengujian reliabilitas terhadap seluruh item atau pernyataan dalam penelitian ini akan menggunakan rumus koefisien

Cronbach Alpha.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

- r₁₁ = reliabilitas instrument
- k = banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma^2$ = jumlah butir pertanyaan
- σ^2 = varians total

Koefisien alpha dapat dikatakan reliabel ketika nilai Cronbach Alpha > 0,6. 68 Perhitungan data tersebut akan dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 16.

3.6 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada para pengguna aktif internet di Kelurahan Sunter Jaya, Jakarta yang pernah berbelanja disitus *online* Shoope. Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2019 s/d Desember 2019.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Cara pengolahan data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis koefisien korelasi dan pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (Statiscal Product and service Solution) versi 25. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam mengelola data statistic agar lebih cepat dan tepat.

3.7.2 Cara penyajian data

Dalam penyajian data penelitian ini berupa table dalam menjelaskan hasil penelitian yang akan diuji seperti ini perhitungan uji validitas dan reliabilitas adalah analisis koefisien determinasi (parsial dan berganda), dan pengujian hipotesis (parsial dan simultan).

3.7.3 Analisa Statistic Data

Metode analisis statistic data dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Analisis statistic data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien determinasi (parsial dan berganda) serta pengujian hipotesis (parsial) dan simultan.

1. Analisis koefisien determinasi

Menurut Imam Ghozali (2016), Uji Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien korelasi determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Secara parsial maupun berganda, maka digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

- (1) KD parsial kualitas produk X_1 terhadap keputusan pembelian Y dimana (X_2 dan X_3 konstan)

$$KD_{1.23} = r_{y1.23}^2 \times 100\%$$

- (2) KD parsial harga X_2 terhadap keputusan pembelian Y dimana (X_1 dan X_3 konstan)

$$KD_{2.13} = r_{y2.13}^2 \times 100\%$$

- (3) KD parsial promosi X_3 terhadap keputusan pembelian Y dimana (X_1 dan X_2 konstan)

$$KD_{3.12} = r_{y3.12}^2 \times 100\%$$

- (4) KD berganda kualitas produk X_1 , harga X_2 , dan promosi X_3 terhadap keputusan pembelian Y

$$KD_{123} = r_{y123}^2 \times 100\%$$

2. Pengujian hipotesis

Secara statistic pengujian hipotesis terhadap ρ digunakan untuk mengetahui signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial maupun simultan. Langkah- langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Hubungan X_1 dengan Y

$H_0 : \rho_{1..23} = 0$ (secara parsial kualitas produk tidak signifikan terhadap keputusan pembelian)

$H_1 : \rho_{1..23} \neq 0$ (secara parsial kualitas produk tidak signifikan terhadap keputusan pembelian)

Hubungan X_2 dengan Y

$H_0 : \rho_{2.13} = 0$ (secara parsial harga tidak signifikan terhadap keputusan pembelian)

$H_a : \rho_{2.13} \neq 0$ (secara parsial harga signifikan terhadap keputusan pembelian)

b. Hubungan X_3 dengan Y

$H_0 : \rho_{3.12} = 0$ (secara parsial promosi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian)

$H_a : \rho_{3.12} \neq 0$ (secara parsial promosi signifikan terhadap keputusan pembelian)

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat secara parsial, dilihat dari significance t dibandingkan dengan taraf nyata α (5%=0,05). Kriteria pengujianya adalah :

H_0 ditolak jika *significance t* < 0,05

H_a diterima jika *significance t* < 0,05

3. Pengujian hipotesis secara simultan

$H_0 : \rho_1, \rho_2, \rho_3 = 0$ (secara simultan kualitas produk, harga dan keputusan pembelian tidak signifikan terhadap

minat beli)
 $H_a : \rho_1, \rho_2, \rho_3 \neq 0$ (secara simultan kualitas produk, harga dan keputusan pembelian signifikan terhadap minat beli)

Dapat disimpulkan, maka significance F dibandingkan dengan taraf nyata α (5% = 0,05) dengan kriteria :

Ho ditolak jika *significance F* < 0,05

Ha diterima jika *significance F* > 0,05

Bila hasil pengujian hipotesis secara parsial dan simultan mendapatkan hasil H_a diterima dan H_o ditolak, maka nilai KD dapat dipakai untuk menjelaskan kontribusi pengaruh perubahan variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.7.4 Uji Prasyarat Analisa

Pengujian persyaratan analisis dilakukan sebelum uji hipotesis, yang meliputi uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas

a. Uji Normalitas Data

Menurut Ghozali (2011) tujuan dari uji normalitas adalah “Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak dapat digunakan.

b. Uji Multi Kolinearitas

Menurut Ghozali (2011) tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Karena model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel dependen. Identifikasi secara statistik untuk menunjukkan ada tidaknya gejala

multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Gejala multikolinieritas tidak terjadi apabila nilai VIF tidak lebih besar dari 10 serta nilai *tolerance* lebih dari 0,10 (Ghozali, 2011).

4. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual dalam model tidak homogen. Uji untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas dilakukan uji Glejer. Uji Glejer dilakukan dengan meregresikan absolut residual dengan variabel independen. Model regresi yang baik adalah yang memenuhi syarat homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Model dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi 5%.

3.7.5 Analisa Regresi Berganda

Persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

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

Keterangan :

y : Minat Beli

e : Standard error

α :Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi dari masing-masing variabel independen X_1

: OrientasiBelanja

X_2 : KepercayaanOnline

X_3 : PengalamanPembelian

Besarnya konstanta tercermin dalam “ α ” dan besarnya koefisien regresi dari masing-masing variabel independen ditunjukkan dengan β_1, β_2 , dan β_3 .

3.7.6 Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Untuk menguji kebenaran hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini

pengujian dilakukan menggunakan uji t. Menurut Imam Ghozali (2011) , uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 5% ($\alpha=0,05$). Jika signifikansi T hitung lebih besar dari α maka H_0 diterima, artinya variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variable dependen.

2. Uji F

Menurut Imam Ghozali (2011), uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan ini berdasarkan perbandingan nilai F hitung dengan melihat tingkat signifikansinya, kemudian membandingkan dengan taraf signifikansi yang telah ditetapkan (5% atau 0,05). Dengan derajat keyakinan tertentu, jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sedangkan jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 diterima.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2011), koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variable dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan 1 Nilai R^2 Yang kecil dapat diartikan bahwa kemampuan menjelaskan variable- variable bebas dalam menjelaskan variable terikat sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati 1 berarti variable- variable bebas dalam menjelaskan variable terikat sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati 1 berarti variable- variabel bebas meberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variable terikat. Kelemahan penggunaan koefisien determinasi R^2

Adalah bias terhadap variable terikat yang ada dalam model. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi yang baik. setiap tambahan 1 variabel independen, maka R^2 pasti akan meningkatkan pa melihat apakah variable tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variable dependen. Menurut Gujarati (2003) jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted R^2 negatif , maka nilai adjusted R^2 dianggap bernilai 0. Dengan demikian, pada penelitian ini tidak menggunakan R^2 namun menggunakan nilai adjusted R^2 untuk mengevaluasi model regresi.