

# **BAB III**

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif. Strategi asosiatif adalah strategi penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai pengaruh dari masing-masing variabel. Dalam penelitian ini melihat sejauh mana pengaruh harga (X1), ulasan produk (X2), dan metode pembayaran (X3) yang merupakan variabel bebas keputusan pembelian (Y) merupakan variabel terikat.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016 : 13) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

### **3.2. Populasi dan Sampel**

#### **3.2.1. Populasi Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017 : 117), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah konsumen yang mempunyai pengalaman dalam berbelanja *online* melalui aplikasi Shopee di Bekasi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

### 3.2.2. Sampling dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016 :81) teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* karena sampling yang diambil dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi. Adapun kriteria dalam penelitian yaitu konsumen yang mempunyai pengalaman berbelanja *online* melalui aplikasi Shopee sebanyak 2x dan berdomisili Bekasi.

Menurut Sugiyono (2017 : 81) sampel penelitian adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karena peneliti tidak mengetahui secara pasti jumlah populasi konsumen yang berbelanja *online* menggunakan aplikasi Shopee di Bekasi, maka peneliti menggunakan rumus Lameshow :

$$n = \frac{Z^2 x P (1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = sampel

Z = skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = prevalensi *outcome*, data belum didapat maka dipakai 50% = 0,5

d = *sampling error* = 10% = 0,10

$$n = \frac{(1,96)^2 x 0,5 (1 - 0,5)}{(0,10)^2} = 96,04$$

Sehingga dalam penelitian ini peneliti menggunakan ukuran sampel minimal 96 responden yang telah berbelanja *online* melalui aplikasi Shopee di Bekasi.

### 3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang berasal dari responden melalui kuesioner yang disebar secara *online* kepada konsumen yang mempunyai pengalaman berbelanja *online* melalui aplikasi Shopee dan berdomisili di Bekasi. Menurut Sugiyono (2016 : 142) kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Sementara data sekunder berasal dari buku dan website yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas untuk dapat dijadikan pedoman dalam penelitian.

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2016 : 38) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen yaitu harga, ulasan produk, dan metode pembayaran. Sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian.

Metode pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Skala yang digunakan untuk mengukur adalah skala dengan interval 1 - 5, dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Dalam pengukuran jawaban responden, pengisian kuesioner diukur dengan menggunakan skala *likert*. Pernyataan di berikan skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju, skor 2 untuk jawaban tidak setuju, skor 3 untuk jawaban ragu-ragu, skor 4 untuk jawaban setuju dan skor 5 untuk jawaban sangat setuju.

Variabel yang diukur menjadi indikator-indikator, kemudian indikator tersebut dijadikan tolak ukur untuk menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan ataupun pertanyaan sebagai berikut:

**Tabel 3.1.** Indikator variabel

No	Variabel	Indikator	Nomor Item
1.	Harga (X1)	1. Kelayakan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Adanya diskon atau potongan harga	1 – 6
2.	Ulasan Produk (X2)	1. Kesadaran 2. Frekuensi 3. Perbandingan 4. Pengaruh	7 – 10
3.	Metode Pembayaran (X3)	1. Kemudahan 2. Efektif 3. Meminimalisir penipuan	11 – 14
4.	Keputusan Pembelian (Y)	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian 6. Metode pembayaran	15 – 21

### 3.5. Metode Analisis Data

#### 3.5.1. Metode Pengolahan Data

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *Software smartPLS SEM (Partial Least Square – Structural Equation Modeling)*. PLS berkemampuan menjelaskan hubungan antar variabel serta berkemampuan

melakukan analisis-analisis dalam sekali pengujian. Tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk mengkonfirmasi teori dan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten. Menurut Imam Ghazali (2016 : 417) metode PLS mampu menggambarkan variabel laten (tak terukur langsung) dan diukur menggunakan indikator-indikator. Penulis menggunakan *Partial Least Square* karena penelitian ini merupakan variabel laten yang dapat diukur berdasarkan pada indikator-indikatornya sehingga penulis dapat menganalisis dengan perhitungan yang jelas dan terperinci.

### 3.5.2. Metode Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk tabel dan gambar agar lebih sistematis dalam memahami.

### 3.5.3. Analisis Statistik Data

Dalam analisis statistik data menggunakan metode SEM PLS. Berikut teknik analisa metode PLS :

#### 1. Analisa *outer model*

Menurut Husein (2015 : 18) analisa *outer model* dilakukan untuk memastikan bahwa *measurement* yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Ada beberapa perhitungan dalam analisa ini :

- a. *Convergent validity* adalah nilai *loading* faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan  $> 0,7$ .
- b. *Discriminant validity* adalah nilai *crossloading* faktor yang berguna apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai. Caranya dengan membandingkan nilai konstruk yang dituju harus lebih besar dengan nilai konstruk yang lain.
- c. *Composite reliability* adalah pengukuran apabila nilai reliabilitas  $> 0,7$  maka nilai konstruk tersebut mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi.
- d. *Average Variance Extracted* (AVE) adalah rata-rata varian yang setidaknya sebesar 0,5.

- e. *Cronbach alpha* adalah perhitungan untuk membuktikan hasil *composite reliability* dimana besaran minimalnya adalah 0,6.

## 2. Analisa *inner model*

Pada analisa model ini adalah untuk menguji hubungan antara konstruksi laten. Ada beberapa perhitungan dalam analisa ini :

- a. *R Square* adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Menurut Chin (1998) dalam Sarwono (2015 : 30) menjelaskan “kriteria batasan nilai *R square* ini dalam tiga klasifikasi, yaitu 0,67 sebagai substantial; 0,33 sebagai moderat dan 0,19 sebagai lemah”.
- b. *Effect size (F square)* untuk mengetahui kebaikan model. Menurut Chin (1998) dalam Ghazali (2015 : 80) interpretasi nilai *f square* yaitu 0,02 memiliki pengaruh kecil; 0,15 memiliki pengaruh moderat dan 0,35 memiliki pengaruh besar pada level struktural.
- c. *Prediction relevance (Q square)* atau dikenal dengan *Stone-Geisser's*. Uji ini dilakukan untuk mengetahui kapabilitas prediksi seberapa baik nilai yang dihasilkan. Apabila nilai yang didapatkan 0.02 (kecil), 0.15 (sedang) dan 0.35 (besar). Hanya dapat dilakukan untuk konstruk endogen dengan indikator reflektif.

## 3. Pengujian hipotesis

Dalam bukunya Husein (2015 : 21) pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah  $H_a$  diterima dan  $H_0$  di tolak ketika t-statistik  $> 1,96$ . Untuk menolak atau menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka  $H_a$  di terima jika nilai  $p < 0,05$ .