

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif. Sugiyono (2018:5), mengatakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, 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 ditetapkan.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*), yaitu penelitian yang menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis pada data yang sama. Sedangkan pada tingkat explanasi (penjelasan), penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif (*assosiation research*) yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar dua atau lebih variabel (Sugiyono, 2018:92).

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:130). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Shopee yang berstatus karyawan di PT. Global Nusantara Sukses dengan jumlah 80 karyawan & PT. Damai Rukun Bersama dengan jumlah 100 karyawan.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sugiyono (2018:131) mengungkapkan sampel dalam suatu penelitian merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam

penelitian ini pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Pengertian *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Adapun kriteria responden sebagai sampel adalah karyawan PT Global Nusantara sebanyak 80 karyawan & PT. Damai Rukun Bersama, sebanyak 100 karyawan. Yang dimana untuk memenuhi syarat dalam penelitian dibutuhkan 97 karyawan yang telah melakukan pembelian di shopee, untuk itu sampel diambil dari kedua Perusahaan tersebut.

Maka untuk menentukan jumlah responden digunakan rumus *MOE. Margin Of Error (MOE)* adalah elemen statistik yang merepresentasikan jumlah kesalahan dalam pengambilan sampel pada suatu survei. Penulis menggunakan teknik pengambilan sampel yang ditentukan dengan menggunakan rumus Rao Purba (2006). Sebagaimana tertera dibawah ini :

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

Dimana:

N : Jumlah sampel

Z : nilai Z dengan tingkat keyakinan 95% maka nilai Z = 1,96 (tabel distribusi normal)

Moe : Margin of error atau kesalahan maksimal adalah 10% atau 0,10

Dengan menggunakan margin of error sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar:

$$n = 1,96^2 / 4 (0,10)^2$$

n = 96,04 yang dibulatkan menjadi 97

Berdasarkan penghitungan di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 97 responden dari konsumen shopee.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui survey. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti yang menjadi sumber primer data atau sumber langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Sugiyono, 2018:213)

Data primer tersebut dikumpulkan melalui kuesioner, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirimkan secara melalui internet. Dengan adanya kontak langsung antara penelitian dengan responden akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden dengan sukarela akan memberikan data yang obyektif dan cepat. (Sugiyono, 2018:219). Pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala *likert*, skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi yang sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata berikut Sugiono (2018:152).

Tabel. 3.1. Nilai Skor Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Kode	Nilai Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Ragu-Ragu	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : (Sugiyono, 2018:152)

Dari tabel 3.1 adapun cara dalam pengumpulan data dengan cara penyebaran melalui kuesioner, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirimkan secara melalui internet.

3.4. Operasional Variabel

Sugiyono (2018:55) menyatakan variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya Adapun operasional variabel dalam penelitian ini meliputi:

1. *Social Influence* Perilaku responden untuk berbelanja di shopee yang dipengaruhi oleh lingkungan kelompok sosial , pengaruh dari keluarga , pengaruh dari teman dan hal-hal yang mempengaruhi perilaku seseorang yang telah belanja di Shopee.
2. *Web Quality* mengacu pada kualitas dan keseluruhan kinerja shopee , yang dimana Shopee sangat mudah untuk di operasikan oleh calon konsumen Shopee, Shopee juga menyediakan informasi yang dapat dipercaya dimana konsumen akan menjadi tertarik untuk melakukan pembelian. Dan Shopee juga memberikan proses pemesanan produk yang sederhana dan dapat diandalkan, sehingga dapat memudahkan konsumen.
3. Persepsi Harga merupakan sesuatu hal proses yang dimana Shopee telah memberikan harga produk yang sangat amat terjangkau , selain itu Shopee juga memberikan harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang di jual yang dimana biasanya harga produk shopee lebih murah dibandingkan *Online shop* lainnya.
4. Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenali masalah dan kebutuhannya, mencari informasi tentang keinginannya dalam berbelanja, melakukan perbandingan dengan *E-commerce* lainnya dan pada

akhirnya memutuskan melakukan pembelian di Shopee, dan menyatakan kepuasan dalam berbelanja di Shopee.

Tabel 3.2. Variabel, Indikator, Sub Indikator Kualitas Produk

Variabel	Indikator	Sub-Indikator	Kode
<i>Social Influence (X₁)</i>	Rule	Kebiasaan kelompok sosial	SI1
	Family	Pengaruh Keluarga	SI2
	Reference	Pengaruh teman	SI3
	<i>Personal Culture</i>	Mempengaruhi perilaku sosial	SI4
<i>Webiste Quality (X₂)</i>	<i>Usefullness</i>	mudah dipelajari dan dioperasikan	WQ1
	<i>Information Quality</i>	informasi yang dipercaya	WQ2
	<i>Service Interaction</i>	Proses pemesanan yang sedernaha	WQ3
Persepsi Harga (X ₃)	Keterjangkauan Harga	Produk yang dijual harganya terjangkau	PH1
	Kesesuaian harga dengan Produk	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	PH2
	Daya Saing Harga	Harga prduk yang dijual pada aplikasi memiliki daya saing terhadap pesaing	PH3
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Harga yang ditawarkan sesuai	PH4

		dengan manfaat produk	
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Kebutuhan	Mengenali masalah & kebutuhan	KP1
	Pencarian Informasi	Mencari lebih banyak informasi	KP2
	Evaluasi berbagai Alternatif	Membandingkan dengan usaha sejenis	KP3
	Keputusan Pembelian	Melakukan pembelian	KP4
	Perilaku Pasca Pembelian	Kepuasan berbelanja	KP5

Sumber : Setiap Variabel (2020)

3.5. Metoda Analisa Data

3.5.1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah analisis statistic yang memberikan gambaran secara umum tentang mengenai karakteristik masing-masing variabel penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), minimum dan maximum. Analisis deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2018:147). Analisis ini digunakan dalam menggambarkan demografi responden digunakan untuk mengetahui jumlah responden yang akan dibagi sesuai karakteristik yang telah ditentukan, yaitu pertama berdasarkan karakteristik demografi meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan dan berdasarkan karakteristik responden meliputi frekuensi belanja per/bulan, produk terakhir yang dibeli dan pembayaran yang sering dilakukan. Dimana deskripsi responden tersebut akan ditampilkan dalam bentuk diagram dan tabel beserta dengan uraian.

3.5.2. Analisis Jawaban Responden

Deskripsi variabel digunakan untuk mengetahui jawaban dari responden terhadap variabel kualitas produk, persepsi harga, promosi dan keputusan pembelian. Analisis ini menggunakan analisis indeks. Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban dari responden terhadap masing-masing variabel =, maka akan didasarkan dengan nilai skor rata-rata (index) yang akan dikategorikan kedalam rentang skor yang berdasarkan perhitungan three box method. Angka indeks yang dihasilkan menunjukkan skor 20 hingga 100 dengan rentang sebesar 80 (Ferdinand, 2014:232). Dengan menggunakan kriteria tiga kotak (Three Box Method), maka akan rentang sebesar 80 dibagi 3 bagian, sehingga akan menghasilkan rentang untuk masing-masing sebagian sebesar 26, dimana akan digunakan sebagai daftar interpretasi indeks sebagai berikut :

20 – 46 = Rendah

47 – 73 = Sedang

74 – 100 = Tinggi

Teknik skoring yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu, dengan skor maksimal 5 dan minimal 1, maka akan diperhitungkan indeks jawaban responden dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Nilai indeks} = [(\%F1*1)+(\%F2*2)+(\%F3*3)+(\%F4*4)+(\%F5*5)] / 5$$

Keterangan :

F1 : Frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner

F2 : Frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner.

F3 : Frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner

F4 : Frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner

F5 : Frekuensi responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner

3.5.3. Analisis Statistik Data

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

a. Uji Validitas

Sugiyono, (2018:267) menyatakan uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subyek penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas pada setiap pertanyaan apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) maka instrument itu dianggap tidak valid dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument dianggap tidak valid.

Setelah perhitungan dilakukan, Adapun keputusan untuk kevaliditan pertanyaan adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $sig. > \alpha (0,05)$ maka H_0 diterima.
- b. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $sig. > \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang baik tidak akan bersifat tendesius mengarahkan responden untuk memilih-memilih jawaban tertentu. Instrument yang sudah dapat dipercaya, yang

reliable akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga (Arikunto, 2016:221). Instrumen yang diuji reliabilitasnya adalah instrumen yang dibuat oleh peneliti. Dalam hal ini instrumen tersebut adalah instrumen komponen konteks, masukan, proses dan hasil. Reliabilitas ditentukan atas dasar proporsi varian total yang merupakan varian total sebenarnya. Makin besar proporsi tersebut berarti makin tinggi reliabilitasnya. Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas dan di uji merupakan pernyataan yang sudah valid. Koefisien reliabilitas yang besarnya antara 0,50 - 0,60. Dalam penelitian ini peneliti memilih 0,60 sebagai koefisien reliabilitasnya (Arikunto, 2016:221). Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah :

- a. Jika nilai *cronbach's alpha* $\alpha > 0,60$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik dengan kata lain instrument adalah reliabel atau terpercaya.
- b. Jika nilai *cronbach's alpha* $\alpha < 0,60$ maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliable.

3.5.4. Analisis Korelasi dan Determinasi

1. Koefisien Korelasi

Menurut Sugiyono (2018:231) bahwa koefisien korelasi r menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen (X) dan variabel dependent (Y). Nilai koefisien harus terdapat dalam batas - batas -1 hingga +1 ($-1 < r \leq +1$), yang menghasilkan beberapa kemungkinan sebagai berikut :

1. Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif antara variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diikuti dengan kenaikan dan penurunan Y.
2. Tanda negatif merupakan adanya korelasi negative antara variabel variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan Y dan sebaliknya.
3. Jika $r = 0$ atau mendekati 0, maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti.

Koefisien korelasi yang dihasilkan, kemudian di uji signifikannya, signifikan

adalah tingkat keyakinan terhadap suatu hipotesis, apakah hipotesis tersebut akan diterima atau ditolak. Dalam pengujian ini dilakukan melalui identifikasi tingkat signifikan (α). Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a) H_0 ditolak jika $\alpha < \alpha$ (0,05)
- b) H_0 diterima jika $\alpha > \alpha$ (0,05)

Untuk dapat memberikan penafsiran besar kecilnya koefisien korelasi, ada beberapa pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi (Sugiyono, 2017:231), sebagai berikut ::

Tabel 3.3. Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2018:231)

Interpretasi koefisien korelasi menjelaskan tingkat hubungan dengan lima tingkatan dari sangat rendah sampai sangat kuat

2. Kofisien Determinasi

Menurut Supardi (2017:202) menyatakan koefisien determinasi adalah tingkat variabel X terhadap variabel Y yang dinyatakan dalam persentase (%). persentase diperoleh dengan dengan terlebih dahulu mengkuadratkan koefisien korelasi dikalikan 100% . Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang

mendekati satu berate variabel variabel independen yang memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variabel dependen. Koefisien determinasi dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$(KD) = r^2 \times 100 \dots\dots\dots(3.3)$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi berganda

3.5.5. Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan suatu hal yang sering dituntut untuk melakukan pengecekan. Hipotesis statistik adalah dalam perumusan hipotetik, antara nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_a) selalu berpasangan, apabila salah satu ditolak, maka yang lain pasti diterima, sehingga keputusan yang tegas, yaitu kalau H_0 ditolak dan H_a diterima. Hipotesis statistik dinyatakan symbol-simbol (Sugiyono, 2018:38). Uji hipotesis disajikan dalam bentuk table dan angka metode statistik, uji signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial menggunakan uji t dan secara stimultan menggunakan uji F adalah sebagai berikut.:

1. Uji Partial

Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara parsial atau per variabel (Arikunto, 2014:339). Adapun langkah-langkah yang dilakukan pada analisis Uji t (Parsial) adalah:

- 1) $H_0: \rho_{y1.23} = 0$: *Social Influence* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Shopee.
 $H_a : \rho_{y1.23} \neq 0$: *Social Influence* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Shopee.
- 2) $H_0 : \rho_{y2.13} = 0$: *Web Quality* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Shopee.

Ha : $\rho_{y2.13} \neq 0$: *Web Quality* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Shopee.

3) Ho : $\rho_{y3.12} = 0$: Persepsi Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Shopee.

Ha : $\rho_{y3.12} \neq 0$: Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Shopee.

2. Uji Simultan (Uji F)

Analisis bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel independent (Arikunto, 2014:339). Penolakannya hipotesa atas dasar signifikansi pada taraf nyata 5% (taraf kepercayaan 95%), jika F hitung > F tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima, yang berarti ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji F dengan kriteria sebagai berikut :

a) Ho diterima : Prob. $F > \alpha$ (0,05)

b) Ho ditolak : Prob. $F < \alpha$ (0,05)

Adapun dalam menentukan Uji F (Simultan) pada hipotesis ini sebagai berikut :

Ho : $\rho_{y1.23} = 0$: Di Duga *Social Influence*, *Web Quality*, dan Persepsi Harga secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee.

Ha : $\rho_{y1.23} \neq 0$: Di Duga *Social Influence*, *Web Quality*, dan Persepsi Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee.