

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Strategi penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, alasan penggunaan metode ini karena metode ini sudah cukup lama digunakan sebagai metode pada beberapa penelitian. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019:17). Berdasarkan tujuan penelitian diatas maka peneliti dapat menggunakan Metode Asosiatif Kausal. Menurut Sugiyono (2019:66), metode asosiatif kausal adalah rumusan masalah penelitian yang menanyakan hubungan yang bersifat sebab akibat. Tujuan dari penelitian asosiatif kausal adalah untuk mencari hubungan atau pengaruh antara satu variabel dengan variabel lain, dalam hal ini variabel yang dimaksud adalah variabel bebas (*Independent Variable*) dan variabel terikat (*Dependent Variable*).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:126), populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam mengambil populasi penelitian ini adalah semua orang yang pernah melakukan pembelian online di Shopee, dengan jumlah populasi yang tidak diketahui.

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:127) menyatakan sampel dalam suatu penelitian merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Purposive Sampling yang artinya teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019:133). Adapun kriteria responden sebagai sampel adalah konsumen yang telah melakukan pembelian online di Shopee. Menurut (Purba dalam Sujarweni, 2020:155) dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka untuk menentukan jumlah responden digunakan rumus *Margin Of Error*, sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan tertentu atau tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe = Tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel

Dengan menggunakan rumus diatas, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{1.96^2}{4 (0.10)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan 95% (Ztabel = 1,96)

Moe = Toleransi kesalahan 10%

Dengan demikian maka jumlah sampel dalam penelitian ini minimal 96 responden yang pernah melakukan pembelian *online* di Shopee.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis 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, 2019). Dalam penelitian ini data primer tersebut dikumpulkan melalui kuesioner, yang nantinya kuesioner ini akan dibagikan kepada pengguna Shopee di Kecamatan Cakung.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya (Sugiyono 2019:194). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner yang disebar berisi pernyataan meliputi Harga, Promosi, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee. 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, 2019:219). 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 berubah 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 (2019:146).

Tabel 3.1 Alternatif Jawaban dengan Skala Likert

No	Pernyataan	Kode	Penilaian
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Ragu-Ragu	RR	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

3.4 Operasional Variabel

Operasional menurut (Bahri, 2018:137) merupakan penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Peneliti perlu menetapkan cara pengukuran variabel tersebut agar dapat memperoleh nilai yang untuk variabel tertentu, proses pengukuran ini disebut operasionalisasi variabel. Menurut Sugiyono (2019) 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. Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu barang yang diinginkan.
2. Promosi adalah aktivitas yang dilakukan untuk mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk konsumen untuk membeli produk itu.
3. Kemudahan penggunaan adalah suatu yang mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah dalam pengoperasiannya.
4. Keputusan pembelian adalah kegiatan yang mencakup semua aktivitas konsumen yang terjadi sebelum terjadinya transaksi dengan mengidentifikasi kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternative, dengan tahap proses keputusan pembelian konsumen dimana

konsumen membeli dan menggunakan produk atau jasa dengan menentukan apakah ia telah membuat keputusan pembelian.

Berikut ini merupakan variabel yang diukur dan dijelaskan dalam beberapa indikator kemudian dijadikan dasar menyusun item instrument yang berupa pernyataan dalam kuesioner sebagai berikut :

Tabel 3.2 Operasional Variabel

VARIABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	NO ITEM
Harga (X_1), Kotler dan Armstrong (2013:318)	Keterjangkauan harga	1. Harga produk yang ditawarkan terjangkau	1
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa	1. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk atau jasa yang diterima	2
	Daya saing harga	1. Harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan pesaingnya	3
	Kesesuaian harga dengan manfaat	1. Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan	4
Promosi (X_2), Sunyoto (2014:156)	Menginformasikan	1. Menginformasikan kepada konsumen keberadaan produk	5
		2. Menginformasikan kepada konsumen kegunaan produk	6

		3. Menginformasikan kepada konsumen harga atau nama produk	7
	Membujuk	1. Membuat konsumen tertarik akan sebuah produk	8
		2. Membuat konsumen tertarik dan membentuk persepsi pelanggan	9
	Mengingatnkan	1. Mengingatnkan konsumen akan produk yang telah dibeli	10
		2. Mengingatnkan konsumen akan keberadaan produk	11
		3. mempertahankan ingatan konsumen akan produk yang telah dibeli	12
Kemudahan Penggunaan (X ₃), Widiyanto (2020:77)	Mudah dipahami	1. Sistem yang terdapat dalam e-commerce mudah dipahami	13
		2. Penggunaan Bahasa dan petunjuk yang terdapat dalam e-commerce mudah dimengerti	14
	Mudah dipelajari	1. Jika digunakan secara terus menerus akan menjadi lancar dan mahir	15

	Simple	1. Sistem membantu efisiensi dalam bertransaksi	16
		2. Sistem pembayaran yang fleksibel dalam bertransaksi	17
		3. Sistem memudahkan dalam melakukan <i>top-up</i>	18
	Mudah pengoperasian	1. Langkah-langkah yang terdapat dalam e-commerce memudahkan saya dalam melakukan transaksi seperti pembayaran, <i>top-up</i> , dll	19
Keputusan pembelian (Y), Kotler dan Armstrong (2016:188)	Pilihan produk	1. Pembeli dapat memutuskan membeli sebuah produk dengan mempertimbangkan kualitas yang ditawarkan	20
	Pilihan merek	1. Pembeli harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli	21
	Pilihan penyalur	1. Pembeli harus memutuskan penyalur mana yang akan dibeli	22

	Waktu pembelian	1. Pembeli dalam memilih waktu berbeda-beda	23
	Jumlah pembelian	1. Pembeli dapat mengambil keputusan mengenai berapa banyak produk yang akan dibeli	24
	Metode pembayaran	1. Pembeli dapat mengambil keputusan mengenai metode pembayaran yang dilakukan	25

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Pengolahan Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul (Sugiyono, 2019:206). Sedangkan analisis data menurut (Sujarweni, 2020:121) diartikan sebagai kumpulan data yang telah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang ada di dalam penelitian. Data yang sudah didapat dari kuesioner akan ditabulasi, lalu kemudian akan diolah. Untuk mempermudah proses pengerjaan dalam melakukan pengolahan data, peneliti menggunakan *software SPSS 25.0 (Statistical Program for Social Scinences)*, sehingga hasil yang didapat lebih tepat, akurat, dan cepat. Data akan disajikan dalam bentuk tabel agar mempermudah untuk dimengerti dan dipahami.

3.5.2 Penyajian Data

Data akan disajikan dalam dalam bentuk tabel untuk mempermudah saat menganalisis dalam memahami data yang diperoleh sehingga lebih sistematis.

3.5.3 Analisis Statistik Data

Menurut Sugiyono (2019;206), Statistik deskriptif adalah statistik 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. Termasuk dalam statistik deskriptif adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan prosentase. Kegunaan analisis ini dalam menggambarkan demografi responden adalah untuk mengetahui jumlah responden yang nantinya akan dibagi berdasarkan karakteristik yang sebelumnya sudah ditentukan oleh peneliti, pertama yaitu berdasarkan karakteristik demografi mencakup jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan. Kemudian deskripsi yang sudah diisi oleh responden akan ditampilkan dalam bentuk tabel dan diagram beserta dengan penjelasan. Deskripsi variabel digunakan untuk mengetahui jawaban dari responden terhadap variabel harga, promosi, kemudahan penggunaan aplikasi dan keputusan pembelian.

1. Deskripsi Responden

Deskripsi responden merupakan suatu proses untuk mendeskripsikan responden dalam suatu penelitian berdasarkan karakteristik demografi. Kegunaan analisis ini dalam menggambarkan demografi responden adalah untuk mengetahui jumlah responden yang nantinya akan dibagi berdasarkan karakteristik yang sebelumnya sudah ditentukan oleh peneliti, pertama yaitu berdasarkan karakteristik demografi mencakup jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan. Dan karakteristik responden akan pernyataan yang disajikan.

2. Deskripsi Jawaban Responden

Deskripsi jawaban responden merupakan suatu proses untuk mengetahui jawaban responden terhadap variabel harga, promosi, dan kemudahan penggunaan. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis indeks.

3.5.4 Uji Instrumen Penelitian

3.5.4.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subyek penelitian (Sugiyono, 2018:267). Kegunaan atau fungsi dari uji validitas adalah untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pernyataan dalam kuesioner mampu menyampaikan yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji validitas akan dilakukan pada responden sebanyak 100 pelanggan Shopee. Uji validitas pada setiap pertanyaan apabila r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) maka instrument penelitian akan dianggap valid dan jika r hitung $<$ r tabel maka instrument penelitian dianggap tidak valid (Ghazali, 2011:45) .

3.5.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019) uji reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Data yang tidak reliabel, tidak dapat di proses lebih lanjut karena akan menghasilkan kesimpulan yang bias. Suatu alat ukur yang dinilai reliabel jika pengukuran tersebut menunjukkan hasil-hasil yang konsisten dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas dan di uji merupakan pernyataan atau pertanyaan yang sudah valid. Cronbach's alpha yang besarnya antara 0,50-0,60. Dalam penelitian ini peneliti memilih 0,60 sebagai koefisien reliabilitasnya. 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 < 0,60 maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliable.

3.5.5 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan yang masih bersifat sementara dan masih harus diuji kebenarannya (Bahri, 2018:39). Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

3.5.5.1 Uji Koefisien Determinasi

Analisis R^2 (*R square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol sampai satu (0 – 1). Jika nilai R^2 mendekati angka 1 (satu) maka dapat dikatakan bahwa semakin kuat model tersebut dalam menjelaskan variabel – variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika R^2 mendekati angka 0 (nol) maka semakin lemah variasi variabel indepeden menjelaskan variabel dependen. (Priyatno, 2014:125) Untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel independent terhadap variabel dependent dapat ditentukan terhadap rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

1. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Kontribusi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian online di Shopee

$$KD_1 = (r_{Y1.234})^2 \cdot 100\% \dots\dots\dots (3.2)$$

Kontribusi pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian online di Shopee

$$KD_2 = (r_{Y2.341})^2 \cdot 100\% \dots\dots\dots (3.3)$$

Kontribusi pengaruh kemudahan penggunaan aplikasi terhadap keputusan pembelian online di Shopee

$$KD_3 = (r_{Y3.412})^2 \cdot 100\% \dots\dots\dots (3.4)$$

2. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Kontribusi pengaruh harga, promosi, dan kemudahan penggunaan aplikasi secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian online di Shopee.

$$KD_4 = (r_{Y1234})^2 \cdot 100\% \dots\dots\dots (3.5)$$

KD₄ = Koefisien determinasi berganda antara harga, promosi, dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap keputusan pembelian online di Shopee

3.5.5.2 Uji Parsial (Uji-t)

Pengujian ini dilakukan dalam rangka untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara variabel independen secara individual terhadap variabel dependen (Sujarweni, 2020:161). Untuk mengetahui adanya pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari kualitas produk, harga, lokasi, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan. Untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, yaitu sebagai berikut:

Ho ditolak, Ha diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Ho diterima, Ha ditolak jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

3.5.5.3 Uji Simultan (Uji-F)

Uji simultan (uji F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersamaan atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Apabila hipotesis penelitian tersebut dinyatakan kedalam hipotesis adalah :

Kriteria uji F yang digunakan sebagai berikut :

Ho ditolak : $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Ho diterima : $F_{hitung} < F_{tabel}$.

Atau

Ho ditolak : $sig < \alpha$

Ho diterima : $sig > \alpha$