

## **BAB III METODA PENELITIAN**

### **3.1. Strategi Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Sedangkan pengertian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Rumusan masalah dinyatakan dalam kalimat pertanyaan, selanjutnya peneliti menggunakan teori untuk menjawabnya (Sugiyono, 2014:55). Sugiyono (2014:23), menyatakan bahwa “Desain penelitian harus spesifik, jelas dan rinci, ditentukan secara mantap sejak awal, menjadi pegangan langkah demi langkah”. Desain penelitian menghubungkan antara variabel X dan variabel Y. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel, variabel bebas (X) yaitu kepercayaan ( $X_1$ ), persepsi harga ( $X_2$ ), kemudahan transaksi ( $X_3$ ) dan variabel terkait (Y) yaitu keputusan pembelian. Dengan demikian dapat diketahui seberapa erat pengaruh hubungan variable X terhadap variable Y.

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

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

Populasi merupakan sekumpulan objek yang ditentukan melalui kriteria dan dapat dikategorikan ke dalam objek tersebut berupa manusia, dokumen - dokumen, dan alat-alat organisasi lainnya. Menurut Sugiyono (2017:80), mendefinisikan pengertian populasi adalah sebagai berikut : “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam hal ini, populasi adalah semua orang yang tinggal di RW 015 Cipinang Muara 3, Jakarta Timur dan yang pernah melakukan pembelian di Lazada yang jumlah pastinya tidak diketahui”

#### **3.2.2. Sampel Penelitian**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015:127). Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono,2015:122). Metode *purposive sampling*

digunakan karena elemen-elemen yang dipilih menjadi unit sampel dianggap dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. *Purposive sampling* secara spesifik disebut *judgement sampling* yaitu metode yang sengaja digunakan karena informasi yang diambil berasal dari sumber yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu yang pernah melakukan pembelian produk pada situs Lazada.

Penetapan jumlah sampel menurut Ferdinand (2014:72), yakni besarnya sampel dapat ditentukan sebanyak 25 kali variabel yang ada. Jumlah variabel pada penelitian ini ada 4 (empat) sehingga berdasarkan ketentuan tersebut maka besarnya sampel yang digunakan adalah 100 responden.

### **3.3. Data dan Metode Pengumpulan data**

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2016:137) yang menyatakan bahwa sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer bias berupa angka-angka yang diperoleh dari kuesioner yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden.

2. Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek yang diteliti. Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen. Dalam penelitian ini, sumber sekunder diperoleh dari studi pustaka melalui berbagai jurnal yang menunjang data penelitian serta buku-buku yang didapat dipergustakaan, maupun artikel yang diambil dari internet (Sugiyono, 2016:137)

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner melalui online. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dan pertanyaan yang akan digunakan untuk mendapatkan data, baik yang dilakukan melalui telepon, surat atau bertatap muka (Ferdinand, 2014:28).

Metode pengumpulan data dengan memberikan angket yang berisi daftar pertanyaan kepada responden. Angket tersebut diberikan kepada para responden dan kemudian diharapkan setiap masing-masing responden akan mengisinya dengan pendapat dan persepsi setiap individu responden itu sendiri. Angket yang digunakan dalam penelitian ini merupakan angket online yang menggunakan *google form*, artinya angket tersebut langsung diberikan kepada responden menggunakan bantuan *google form* dan responden dapat memilih salah satu dari alternatif jawaban yang telah tersedia. Dalam penelitian, kuesioner dibuat dengan menggunakan pertanyaan tertutup yaitu kuesioner yang sudah disediakan jawabannya. Adapun alasan penulis menggunakan kuesioner tertutup adalah:

- Kuesioner tertutup memberikan kemudahan kepada responden dalam memberikan jawaban.
- Kuesioner tertutup lebih praktis.
- Keterbatasan biaya dan waktu penelitian.

Dalam penelitian ini, Skala yang digunakan untuk mengukur adalah skala dengan interval 1-4, dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Dalam pengukuran jawaban responden, pengisian kuesioner pengaruh kepercayaan, persepsi harga dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian konsumen Lazada diukur dengan menggunakan skala likert. Skala likert mempunyai dua bentuk pertanyaan yaitu pernyataan positif dan pernyataan negatif. maka pernyataan positif akan dinilai dengan mekanisme sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

Tabel Kuesioner

Skor	Kriteria	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
1	Sangat baik/ Sangat setuju/ Selalu	4	1
2	Baik/ Setuju/ Sering	3	2
3	Kurang baik/ Tidak setuju/ Jarang	2	3
4	Tidak baik/ Sangat tidak setuju/ Tidak pernah	1	4

(Sugiyono (2012:133))

Variabel-variabel yang diukur dan dijelaskan dalam beberapa indikator. Indikator ini berupa pertanyaan dan pernyataan dalam kuesioner. Indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat di lihat dari Tabel 3.2.

**Tabel 3.2** Indikator Variabel Kepercayaan

No.	Indikator	Sub Indikator	No.Item
1.	Kemampuan ( <i>Ability</i> )	a. Kemampuan yang dimiliki penjual dalam menangani konsumen.	1
2.	Kejujuran ( <i>Integrity</i> )	a. Spesifikasi barang sesuai. b. Menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.	2-3
3.	Kebaikan ( <i>Benevolence</i> )	a. Bertanggung jawab b. Responsive.	4-5

(Tjiptono,2014:37)

**Tabel 3.3** Indikator Variabel Persepsi Harga

No.	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1.	Keterjangkauan harga	a. penetapan harga b. kemampuan beli konsumen.	1-2
2.	Daya saing harga	a. Selisih harga dengan pesaing. b. Nilai jual kembali.	3-4
3.	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	a. Harga yang ditawarkan lazada sesuai dengan kualitasnya.	5

(Kotler dan Amstrong,2016:49)

**Tabel 3.4** Indikator Variabel Kemudahan Transaksi

No.	Indikator	Sub Indikator	No.Item
1.	Kemudahan navigasi	a. Kemudahan dalam mempelajari petunjuk yang diarahkan.	1
2.	Kemudahan dipahami	a. Konsumen mudah mengerti dalam transaksi.	2

3.	Kemudahan pembayaran	a. Tahap transaksi di lazada bisa diselesaikan dalam waktu yang relative singkat.	3
4.	Pilihan transaksi yang fleksibel	a. Alat pembayaran mudah dijangkau.	4

(Jogiyanto 2007:115)

**Tabel 3.5** Indikator Variabel Keputusan Pembelian

No.	Indikator	Sub Indikator	No.item
1.	Pilihan produk	a. Produk yang diinginkan konsumen. b. Keberagaman varian produk.	1-2
2.	Pilihan merk	a. Berbagai macam merk yang disediakan. b. Perbedaan setiap merk.	3-4
3.	Pilihan penyalur	a. Terdapat banyak pilihan penyalur	5
4.	Waktu pembelian	a. Pembelian dapat dilakukan 24jam. b. Tidak ada batasan hari.	6-7
5.	Jumlah pembelian	a. Lebih dari satu jenis.	8

(Kotler dan Keller, 2012:184)

### 3.4. Operasional Variabel

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Operasionalisasi variabel merupakan penjabaran dari variabel-variabel penelitian, dimensi, dan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Variabel dibedakan menjadi dua yaitu variabel independen atau variabel bebas (X) dan variabel dependen atau variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2014:39). Pengertian variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen). variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun

pengaruhnya negatif. variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2014:41)

Adapun operasionalisasi variabel independen dalam penelitian ini, meliputi:

- a. Kepercayaan, kepercayaan merupakan harapan konsumen tentang lazada yang menjanjikan akan memuaskan dan mampu untuk mengirim barang sesuai dengan waktu yang ditetapkan pada laman lazada.
- b. Persepsi harga, merupakan variabel yang diukur berdasarkan penilaian konsumen mengenai perbandingan besarnya pengorbanan apa yang akan didapatkan dari barang atau jasa tersebut.
- c. Kemudahan Transaksi, merupakan proses yang mudah tanpa mempersulit penggunaanya dalam proses transaksi.

### **3.5. Metode Analisis Data**

Pada metoda ini data-data yang telah didapat dan dikumpulkan, lalu diolah untuk dianalisis terlebih dahulu kemudian dapat dijadikan dasar dalam pembuatan pembahasan. Dalam penelitian ini metoda analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

#### **3.5.1. Analisa Deskriptif**

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, 2015:147). Dalam penelitian ini penelitian akan membahas mengenai gambaran bentuk sebaran jawaban responden terhadap seluruh konsep yang telah diukur.

#### **3.5.2. Analisa Kuantitatif**

Metode analisis kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang diketahui (Kasiram dalam Sujarweni, 2015:39). Analisis

kuantitatif dalam penelitian ini yaitu mengolah data dengan menggunakan SPSS dengan tujuan untuk memudahkan menganalisis data yang telah diklasifikasi dalam kategori tertentu dengan menggunakan table-tabel tertentu. SPSS versi 25 adalah suatu software yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non parametrik dengan basis windows (Ghozali, 2016:15).

### 3.6. Uji Instrumen Penelitian

#### 3.6.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat ukur yang dianggap valid apabila tingkat ketelitian dan ketepatan pengukuran dapat diandalkan, dan digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan.

Uji validitas adalah suatu alat ukur yang menunjukkan valid berarti memiliki validitas yang tinggi dan kuat. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah *Pearson Product Moment* (Arikunto, 2016:211), sebagai berikut:

*Pearson Product Moment* (Sugiyono,2017:126):

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots\dots\dots (3.2)$$

Keterangan:

r = Koefisien validitas butir pernyataan yang dicari

n = Jumlah konsumen responden

X = Jawaban dari indikator item pertanyaan

Y = Total jawaban dalam satu variabel

Adapun kriteria penilaian uji validitas adalah apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ,maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.

### 3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat uji untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data variable penelitian reliabel atau tidak. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban dari seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini cara yang digunakan penulis untuk menguji reliabilitas kuesioner adalah dengan menggunakan uji statistic *koefisien Cronbach Alpha*.

Suatu variable dikatakan reliabel jika memberikan nilai *koefisien Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2016:48),

### 3.6.3 Metoda Analisa

#### 3.6.3.1. Koefisien Determinasi Parsial

Merupakan metode yang digunakan mengetahui besarnya presentase variable bebas terhadap variabel terikat yang dinyatakan oleh koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yang berarti variabel mana hitungan yang berpengaruh dominan (Djarwanto, 2017:202). Perhitungan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) dengan menggunakan program SPSS Versi 25.

1. Determinasi parsial  $X_1$  terhadap  $Y$  ( $X_2$  dan  $X_3$  Konstan)

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

2. Determinasi parsial  $X_2$  terhadap  $Y$  ( $X_1$  dan  $X_3$  Konstan)

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

3. Determinasi parsial  $X_3$  terhadap  $Y$  ( $X_1$  dan  $X_2$  Konstan)

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

#### 3.6.3.2 Analisa Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh dalam menerangkan keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi antara nol sampai 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 variabel dependen (Ghozali, 2016:62).



Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

R = korelasi *Product Moment*

### 3.7. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial (dengan uji t) maupun secara bersama-sama dengan (uji F). dalam penelitian ini, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari koefisien determinasi (KD).

#### a. Pengujian hipotesis secara parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t (Ghozali, 2016:98), sebagai berikut:

#### a. Merumuskan hipotesis

1) Pengaruh  $X_1$  (Kepercayaan) terhadap Y (Keputusan Pembelian)

$H_0 : \rho_{y1.23} = 0$  Variabel Kepercayaan terhadap keputusan pembelian tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

$H_a : \rho_{y1.23} \neq 0$  Variabel Kepercayaan terhadap keputusan pembelian terdapat pengaruh yang signifikan.

2) Pengaruh  $X_2$  (Persepsi Harga) terhadap Y (Keputusan Pembelian)

$H_0 : \rho_{y2.13} = 0$  Variabel persepsi harga terhadap keputusan pembelian tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

$H_a : \rho_{y2.13} \neq 0$  Variabel persepsi harga terhadap keputusan pembelian terdapat pengaruh yang signifikan.

3) Pengaruh  $X_3$  (Kemudahan Transaksi) terhadap Y (Keputusan Pembelian)

$H_o : \rho_{y3.12} = 0$  Variabel Kemudahan Transaksi terhadap keputusan pembelian tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

$H_a : \rho_{y3.12} \neq 0$  Variabel Kemudahan Transaksi terhadap keputusan pembelian terdapat pengaruh yang signifikan.

b. Menentukan taraf nyata ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05)

c. Kriteria Pengujian

$H_o$  ditolak, jika Significance  $t < 0,05$

$H_o$  diterima jika Significance  $t > 0,05$

d. Menghitung nilai signficance t diperoleh dengan perhitungan komputerisasi menggunakan program SPSS versi 25.

e. Kesimpulan

Bila  $H_o$  diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dinilai tidak terdapat pengaruh. Sedangkan penolakan  $H_o$  menunjukkan terdapat pengaruh dari variabel independen secara parsial terhadap suatu variabel dependen.

### 3. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

a. Merumuskan Hipotesis

$H_o : \rho_{y123} = 0$  Variabel Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Kemudahan Transaksi terhadap keputusan pembelian tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

$H_a : \rho_{y123} \neq 0$  Variabel Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Kemudahan Transaksi terhadap keputusan pembelian terdapat pengaruh yang signifikan.

b. Menentukan taraf nyata ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05)

c. Kriteria Pengujian

$H_0$  ditolak, jika Significance F < 0,05

$H_0$  diterima jika Significance F > 0,05

d. Menghitung nilai signficance F diperoleh dengan perhitungan komputerisasi menggunakan program SPSS versi 25.

e. Kesimpulan

Jika hasil pengujian hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y). Sedangkan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).