

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif yaitu penelitian untuk mengetahui hubungan antara dua variabel (atau lebih) tersebut. Di mana hubungan antara variabel dalam penelitian akan dianalisis dengan menggunakan ukuran statistika yang relevan atas data tersebut untuk menguji hipotesis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Survei dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner sebagai alat pengumpulan data kepada responden yang telah ditentukan. Kuesioner ini berisi serangkaian pertanyaan yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel yang diteliti. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dari jumlah responden yang lebih banyak dalam waktu yang relatif singkat serta dapat digunakan untuk mengukur opini atau persepsi konsumen Batik Galis secara objektif.

3.2 Objek, jadwal dan lokasi penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam rentang waktu dari Februari – Juli 2025 serta penelitian ini dilakukan pada konsumen Batik Galis yang aktif untuk melakukan pembelian melalui *e-commerce* (Shopee, Tokopedia) & media sosial (TikTok shop)

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	kegiatan	Feb				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal	■																							
2	Pengajuan Izin Penelitian		■																						
3	Penulisan Proposal (Bab 1,2,3+kuesioner)		■	■	■	■																			
4	Pengumpulan Data			■	■	■																			
5	Sidang Seminar Proposal							■																	
6	Perbaikan Hasil Seminar Proposal								■	■															
7	Penelitian dan Penulisan Bab 4 dan 5										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				

Sumber: Rencana Penelitian 2025

3.3 Jenis, dan Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui atau menganalisis hubungan antara dua atau lebih variabel. Di mana hubungan antara variabel dalam penelitian akan dianalisis dengan menggunakan ukuran statistika yang relevan atas data tersebut, sehingga dapat menguji hipotesis. menurut Sugiyono (2019:65) penelitian asosiatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk meneliti hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini sering digunakan untuk mengetahui apakah suatu variabel memiliki pengaruh terhadap variabel lainnya, baik dalam bentuk hubungan kausal (sebab-akibat) maupun hubungan timbal balik.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Data Primer : data utama yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner konsumen Batik Galis yang melakukan pembelian melalui *e-commerce* dan media sosial.
2. Data Sekunder : Data pendukung yang diperoleh dari literatur, jurnal, buku, laporan industri, serta data website resmi Batik Galis dan platform *e-commerce* dan media sosial yang digunakan.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono. (2019) 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 kesimpulan, populasi yang digunakan dalam penelitian yang akan diteliti.

3.3.2 Sampel

Sampel penelitian adalah bagian yang memberikan gambaran secara umum dari populasi. Sampel penelitian memiliki karakteristik yang sama atau hampir sama dengan karakteristik populasi yang diamati. Menurut Sugiyono (2019). Jumlah Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja produk batik galis melalui *E-commerce* dan media sosial yang berjumlah 260 orang. Dalam

penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah 260 dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Rao Purba dikarenakan Populasi dalam penelitian ini jumlahnya tidak diketahui, maka sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Rao Purba (Sujarweni, 2015) yaitu:

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

Keterangan :

n =Jumlah Sampel

Z = Tingkat keyakinan dalam penentuan sampel (95% = 1,96)

Moe =Margin of Error

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

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan Rumus hasil perhitungan diatas, maka sampel yang dapat diambil dari populasi minimal sebanyak 96,04 dibulatkan menjadi 100 yang melakukan pembelian baju di Batik Galis.

3.5 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2014:39) Operasional Variabel adalah hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

3.3.1 Variabel Bebas (Independent Variabel)

Variabel bebas adalah yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan pada variabel lain dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2014:39) variabel bebas adalah: “Variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yang terdiri dari :

- a *E-commerce* adalah menurut Romindo dalam Sembiring Diana Agustina (2023:16) perdagangan elektronik atau *E-commerce* adalah hasil teknologi informasi yang saat ini sedang berkembang dengan begitu cepat terhadap pertukaran barang , jasa dan informasi melalui sistem elektronik seperti: internet, televisi dan jaringan komputer lainnya. Dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan aktivitas perdagangan yang menggunakan teknologi informasi secara online.
- b Media sosial adalah gabungan dari dua kata yaitu ”media” dan ”sosial”. Secara sederhana media sosial dapat diartikan sebagai alat komunikasi menghubungkan dengan yang lainnya. Media sosial dapat diartikan sebagai hubungan sosial yang bisa menimbulkan suatu kerja sama antara individu atau kelompok dalam membentuk suatu komunitas baru di masyarakat. (Nasrullah & ruli (2020:13) .

Dengan demikian variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari variabel (X) yang berperan mempengaruhi keputusan pembelian Batik Galis.

3.3.2 Variabel Terkait (Dependent Variabel)

Menurut Sugiyono (2019:39), yaitu:“Variabel terikat (dependent variable) dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. variabel output, kriteria, konsekuen Variabel terikat merupakan variable yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y).

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran
<i>E-commerce</i> (X1)	Romindo dalam Diana Agustina (2023:16) perdagangan elektronik atau <i>E-commerce</i> adalah hasil teknologi informasi yang saat ini sedang berkembang dengan begitu cepat terhadap pertukaran barang, jasa, informasi	1. Kemudahan akses 2. Keamanan transaksi 3. Kepercayaan konsumen 4. Kemudahan pembayaran	Skala Likert

	melalui sistem elektronik.		
Media Sosial (X2)	Media sosial adalah gabungan dari dua kata yaitu "media" dan "sosial". Secara sederhana media sosial dapat diartikan sebagai alat komunikasi menghubungkan dengan yang lainnya. Media Sosial dapat diartikan sebagai hubungan sosial yang bisa menimbulkan suatu kerja sama antara individual atau kelompok dalam membentuk suatu komunitas baru di masyarakat. (Nasrullah & ruli (2020:13)	1. Intensitas penggunaan media sosial 2. Kualitas informasi yang disampaikan 3. Interaksi dan keterlibatan pengguna 4. Pengguna testimoni atau ulasan	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan proses pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa setiap seseorang bisa membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan untuk membeli bisa mengarah pada bagaimana proses dalam pengambilan tersebut dilakukan	1. Pencarian informasi produk 2. Keputusan pembelian 3. Evaluasi alternatif 4. Kepuasan setelah pembelian	Skala Likert

Sumber: Peneliti, 2025 (Data diolah)

3.6 Metode Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data adalah proses yang penting dalam penelitian bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang relevan dan valid untuk menjawab pertanyaan penelitian tersebut. Pengumpulan data untuk penelitian dilakukan untuk mengumpulkan data atau informasi berdasarkan fakta pendukung yang ada di lapangan.

Pengumpulan data membutuhkan instrumen untuk membantu berbagai penelusuran terhadap gejala pada penelitian sehingga dapat digunakan untuk membuktikan kebenaran. instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

Kuesioner

Kuesioner adalah sebuah metode pengumpulan data yang berupa daftar pertanyaan atau pernyataan secara tertulis yang disusun secara sistematis untuk mendapatkan informasi dari responden. Kuesioner yang akan digunakan memiliki beberapa kriteria :

- a. Kuesioner dibagikan secara *online* melalui salah satu fitur yang terdapat pada mesin pencarian Google yaitu Google Form dengan menggunakan bahasa indonesia .
- b. Kuesioner yang dibuat berdasarkan indikator-indikator pada variabel keputusan pembelian, harga, promosi, dan brand image yang telah ditentukan sebelumnya.
- c. Kuesioner berisi pernyataan yang menggambarkan indikator-indikator variabel.
- d. Skala yang digunakan pada kuesioner ini dengan keterangan muatan nilai sebagai berikut:
 - 1 = Sangat Tidak Setuju
 - 2 = Tidak Setuju
 - 3 = Ragu-ragu
 - 4 = Setuju
 - 5 = Sangat Setuju.

3.7 Metode Pengolahan / Analisis Data

Pengolahan data yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya agar menjadi bentuk yang lebih informatif. Ini mencakup beberapa langkah, seperti pemeriksaan, klasifikasi, verifikasi, analisis, dan pembuatan kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan. Pada akhir kesimpulan itulah nantinya akan diketahui bagaimana pengaruh antara

variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

3.7.1 Skala dan Angka Penafsiran

Seperti yang telah disampaikan sebelumnya, bahwa dalam penelitian ini nanti akan digunakan kuesioner. Untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan kuesioner tersebut, penilaiannya dengan menggunakan Skala Likert, dimana setiap jawaban instrumen dibuat menjadi 5 (lima) gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata, seperti:

1. Sangat Sejutu (Skor 5)
2. Setuju (Skor 4)
3. Ragu-ragu / Netral (Skor 3)
4. Tidak Setuju (Skor 2)
5. Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

Dengan menggunakan skala likert, maka indikator variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan. Penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan mengurangi skor tertinggi dan skor terendah, lalu dibagi dengan jumlah skor. Rumus interval angka penafsiran adalah sebagai berikut:

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada Tabel 3.2 di bawah ini

Tabel 3.3. Tabel Angka Penafsiran

INTERVAL PENELITIAN	KATEGORI
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Ragu – Ragu
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti 2025

3.7.2 Persmaan Regresi

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk membuktikan keberadaan hubungan fungsi atau hubungan kausal antara beberapa variabel bebas dengan satu variabel terikat.

3.7.3 Uji Kualitas Data

Penelitian ini proses mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner dengan melakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh. Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk membuktikan keberadaan hubungan fungsi atau hubungan kausal antara beberapa variabel bebas dengan satu variabel terikat.

1. Uji Validitas

Uji kualitas data pertama yang harus dilakukan adalah melakukan uji validitas.

Validitas dalam penelitian kuantitatif merujuk pada tingkat keakuratan dan ketepatan sebuah instrumen dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Sebuah instrumen dikatakan valid jika data yang dihasilkan mencerminkan konsep atau fenomena yang diukur secara tepat (Bushmakin & Cappelleri, 2022; Heale & Twycross, 2015; Lane & Pérez, 2003) dalam Subhaktiyasa P.G (2024:5603)

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus melainkan dengan menggunakan *Statistical*

Program for Social Science (SPSS). Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation* pada tabel *Item-Total Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Dikatakan valid jika r hitung $> 0,3$

2. Uji Rehabilitas

Reliabilitas dalam penelitian kuantitatif merujuk pada konsistensi dan kestabilan hasil yang diperoleh dari suatu instrumen ketika digunakan dalam kondisi yang serupa di waktu yang berbeda. Sebuah instrumen yang reliabel akan memberikan hasil yang sama atau sangat mirip jika digunakan untuk mengukur hal yang sama dalam kondisi yang serupa (Heale & Twycross, 2015; Oluwatayo, 2012; Ramadhan et al., 2024; Taherdoost, 2017).) dalam Subhaktiyasa P.G (2024:5604)

Namun demikian dalam penelitian ini uji reliabel tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Guna melihat reliabel atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel *Reability Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Jika nilai *Cronbach's Alpha* tersebut lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini handal (reliabel) sehingga dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

3.7.4 Uji Asumsi Klasik

Uji kualitas data adalah uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi linier berganda khususnya yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantara meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedastisitas, (4) uji autokorelasi dan (5) uji linieritas. Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan digunakan 3 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah sebaran data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada sebuah persamaan regresi yang dihasilkan. Terdapat banyak metode yang dapat digunakan untuk pengujian normalitas data serta metode tersebut tentunya memiliki hasil keputusan yang berbeda-beda. Dalam penelitian ini akan digunakan program *Statistical Program for Social Science* (SPSS) dengan menggunakan pendekatan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan Kolmogorov-Smirnov Test (Ineu Sintia, Pasarella D,M & Nohe D,A 2 : 2022)

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengidentifikasi adanya perbedaan varian residual antara satu periode pengamatan dengan periode pengamatan lainnya, serta untuk menggambarkan hubungan antara nilai yang diprediksi dan residual yang telah di-studentized. Pada dasarnya, uji ini ingin memastikan apakah suatu kelompok memiliki varian yang seragam di antara anggotanya. Jika variansnya sama, yang merupakan kondisi yang diharapkan, maka dapat dikatakan bahwa terjadi homoskedastisitas (tidak ada heteroskedastisitas). Sebaliknya, jika terdapat perbedaan varian, maka dikatakan bahwa heteroskedastisitas terjadi (Situmorang, et. al. , 2020).

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat pola gambar scatterplot maupun dengan uji statistik misalnya uji glejser ataupun uji park. Dalam penelitian ini akan digunakan SPSS dengan pendekatan grafik yaitu dengan melihat pola gambar scatterplot yang dihasilkan SPSS tersebut, dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik yang ada menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y dan di kanan maupun kiri i angka nol sumbu X (Situmorang, et.al.,2020).

3. Uji Multikolinieritas

Uji asumsi klasik multikolinieritas dilakukan dalam analisis regresi linier berganda yang melibatkan dua atau lebih variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3 ,. . . X_n).

Tujuan dari uji ini adalah untuk mengukur tingkat keterkaitan antar variabel bebas tersebut melalui koefisien korelasi (r). Dalam penelitian ini, uji multikolinieritas akan dilakukan dengan mengevaluasi nilai toleransi dan VIF yang terdapat pada tabel Koefisien hasil pengolahan data menggunakan SPSS. Multikolinieritas dikatakan terjadi jika nilai toleransi kurang dari 5 (Situmorang, et al. , 2020).

3.7.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada dasarnya adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini, akan dilakukan uji hipotesis yang mencakup uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R^2), dan uji t (uji parsial).

1. Uji Serempak/Simultant (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengevaluasi apakah model regresi yang digunakan layak dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y). Jika hasil dari Uji F menunjukkan nilai yang signifikan ($p\text{-value} < 0.05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Guna mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat dapat digunakan rumus :

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

F Hitung= Nilai F yang dihitung

R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas

N = Jumlah variabel bebas

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan Statistical Product and Service

Solutions (SPSS). Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel Anova hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Guna menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut:

$$\begin{aligned} H_0 : \beta_i &= 0 ; \text{artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat} \\ H_a : \beta_i &\neq 0 ; \text{artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat} \end{aligned}$$

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan:

A. $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa *e-commerce* dan media sosial secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli .

B. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa *e-commerce* dan media sosial secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$) yang berarti bahwa bila $R^2 = 0$ berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila R^2 mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square pada tabel *Model Summary* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

3. Uji Parsial (Uji T)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat secara individu (parsial). Adapun bentuk pengujiannya adalah:

- A. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya

- B. $H_a : \text{minimal satu } \beta_i \neq 0 \text{ dimana } i = 1, 2, 3$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan thitung dengan ttabel pada taraf nyata 5% ($\alpha 0,05$) dengan ketentuan sebagai berikut:

- A. $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak Artinya variabel *e-commerce* dan media sosial secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli.
- B. $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima Artinya variabel variabel *e-commerce* dan media sosial secara individual (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli.