

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kota Bogor, Bogor, Jawa Barat. Pelaksanaan penelitian selama 6 (enam) bulan yang dimulai pada bulan Maret 2022 sampai dengan bulan Agustus 2022. Adapun agenda kegiatan selama penelitian yang tertera dibawah ini.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Ma ret				Apr il				Mei				J u n				Ju li				Agu stus			
		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	Pengumpulan Data																								
4	Analisis dan Evaluasi																								
5	Penulisan Laporan																								
6	Seminar Hasil Penelitian																								

Sumber : Rencana Penelitian (2022)

3.2 Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan penelitian jenis kuantitatif yang dimana penelitian kuantitatif berdasarkan dengan adanya sebar kuesioner dan juga penelitian studi kasus. Penelitian studi kasus yaitu penelitian yang mendalam tentang suatu aspek lingkungan sosial. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai *metode positivistic* karena berlandaskan pada filsafat *positivisme*. Metode ini sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis, (Sugiyono, 2019).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Dalam hal ini populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, (Sugiyono, 2019). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna aplikasi *e-commerce* Shopee di Kota Bogor.

3.3.2 Sampel

Sugiyono (2012:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya pada keterbatasan dana tenaga dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. apa yang dipelajari dari populasi itu kesimpulannya akan dapat di berlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul resperentatif (mewakili).

Penulis menggunakan rumus pengambilan sampel menurut atau yang lebih dikenal dengan rumus slovin yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Na^2}$$

Keterangan :

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

D^2 = Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini di tetapkan sebesar 10%)

Dengan demikian maka jumlah yang diambil sebanyak :

$$n = \frac{1.500}{1.500 \times 0,1^2 + 1} = 93,75 \text{ (Dibulatkan menjadi 100 responden)}$$

Untuk mendapatkan sampel yang akurat dan jelas, maka peneliti menentukan siapa yang menjadi responden dalam penelitian ini yaitu peneliti mengambil sampel dari pelanggan yang sudah berlangganan.

3.4 Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari setting-nya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (natural setting), pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden pada suatu seminar, diskusi, di jalan, dan lain-lain. Bila di lihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer, dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data, misalnya lewat orang lain atau dokumen, (Sugiyono, 2019)

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu :

1. Data Primer (penyebaran data pertanyaan angket/kuesioner)

Menurut Sugiyono (2019 : 199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan/pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawabnya.

3.5 Devinisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*Independent Variabel*) dan Variabel Terikat (*dependent variable*).

3.5.1 Variabel Independen (Bebas)

Variabel bebas sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini digunakan variabel ulasan produk, promosi, dan harga yang penulis didefinisikan sebagai berikut :

1. Ulasan produk

Ulasan produk adalah tulisan yang ditulis konsumen sebagai feedback dari pemesanan produk barang/jasa yang dilakukan, sehingga akan menjadi bahan evaluasi untuk dapat diperbaiki oleh para pelaku usaha . indikator dari ulasan produk yaitu :

- a. Pengakuan
 - b. Kredibilitas
 - c. Rekomendasi
2. Promosi

Promosi sering diartikan sebagai komunikasi membujuk, dan strategi komunikasi meliputi suatu kebiasaan mencampur/membaurkan advertensi “*personal selling*”, promosi penjualan “*public relation*” dan pemasaran langsung (langsung kirim surat, “e-

mail” dan “telemarketing”), (Nandan, Togi 2016). Jadi promosi adalah suatu cara untuk menginformasikan sesuatu, membujuk atau menawarkan suatu barang yang dijual oleh Shopee. Indikator dari promosi adalah :

- a. *Advertising*
- b. *Personal Selling*
- c. *Publicity*
- d. *Sales Promotion*

3. Harga

Harga adalah persepsi masyarakat kota Bogor terhadap uang yang harus dibayarkan untuk memperoleh produk Shopee. Indikator dari harga diantaranya yaitu :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

3.5.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen atau variabel terikat sering disebut sebagai output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Adapun variabel terikatnya adalah keputusan membeli sebuah produk, dan keputusan membeli adalah tahapan proses pembelian dimana masyarakat kota Bogor secara aktual memutuskan belanja online di Shopee. Indikatornya adalah sebagai berikut :

1. Pengenalan Kebutuhan (*Need Recognition*)
2. Pencarian informasi (*Information Search*)
3. Evaluasi alternative jasa (*Evaluation of Alternative*)
4. Keputusan pembelian (*Purchase Decision*)
5. Perilaku pasca pembelian (*Postpurchase behavior*)

Tabel 3.3 Devinisi Opersional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran
Ulasan Produk (X1)	Menurut Mo, <i>et, al.</i> dalam Saripta (2019) berpendapat bahwa ulasan berisi gambar mencerminkan kualitas barang yang sebenarnya, seperti masalah warna, spesifikasi tidak konsisten, masalah penggunaan, atau kualitas tinggi, dan pengalaman yang baik. Ulasan produk merupakan ulasan yang diberikan oleh pelanggan pada produk tersebut (Spink dalam Nurul, dkk. 2019)	1. Pengakuan 2. Kredibilitas 3. Rekomendasi	Skala Likert
Promosi (X2)	promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang menyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan menyakinkan calon konsumen. (Alma, 2016 : 179)	1. <i>Advertising</i> (Periklanan) 2. <i>Personal selling</i> (3. <i>Publicity</i> (Publikasi) 4. <i>Sales promotion</i> (Promosi Penjualan)	Skala Likert
Harga (X3)	Harga adalah jumlah uang (satan moneter) dan aspek lain non moneter yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk (Tjiptono, 2012: 315)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas 3. Kestabilan harga 4. Daya saing harga	Skala Likert
Keputusan Membeli (Y)	Proses pengambilan keputusan pembeli terdiri dari lima	1. Pengenalan Kebutuhan (<i>Need Recognition</i>) 2. Pencarian informasi	Skala Likert

	tahapan yaitu; pengenalan masalah, pengumpulan informasi, pengevaluasian <i>alternative</i> , penetapan keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian (Sofjan, 2014).	3. (<i>Information Search</i>) Evaluasi <i>alternative</i> jasa (<i>Evaluation of Alternative</i>) 4. Keputusan pembelian (<i>Purchase Decision</i>) 5. Perilaku pasca pembelian (<i>Postpurchase behavior</i>)	
--	---	---	--

Sumber : Peneliti (2022)

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, (Sugiyono, 2019).

3.6.1 Skala dan Angka Penafsiran

Seperti yang disampaikan sebelumnya, bahwa penelitian ini nanti kan digunakan kuesioner. Adapun penilaiannya dengan menggunakan Skala Likert, dimana setiap jawaban instrument dibuat menjadi 5 (lima) gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata seperti :

1. Sangat Setuju (Skor 5)
2. Setuju (Skor 4)
3. Ragu-ragu (Skor 3)
4. Tidak setuju (Skor 2)
5. Sangat tidak setuju (Skor 1)

Dengan menggunakan Skala Likert, maka variabel yang akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban

atas pertanyaan atau pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

Guna menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompok-kelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada dalam pernyataan tersebut.

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 di bawah ini.

$$\begin{aligned}\text{Interval Angka Penafsiran} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0,80\end{aligned}$$

INTERVAL PENAFSIRAN	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

Adapun rumus penafsiran yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$M = \frac{\sum F(X)}{n}$$

Keterangan

M	= Angka Penafsiran
F	= Frekuensi jawaban
x	= Skala nilai
n	= Jumlah Seluruh Jawaban

3.6.2 Analisis Rregresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini digunakan analisis linear berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan akusal antara dua variabel bebas atau lebih (Sunnyoto, 2014 : 104). Istilah regresi berganda dapat disebut juga dengan istilah *multiple regression*. Kata *multiple* berarti jamak atau lebih dari satu variabel. Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y	= Variabel terikat (keputusan pembelian)
a	= Intersep (titik potong dengan sumbu Y)
b ₁ , b ₂ , b ₃	= Koefisien regresi (konstanta)
X ₁	= Ulasan produk
X ₂	= Promosi
X ₃	= Harga
e	= Standar Error

Demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda menggunakan *Statistical Program For Social Science* (SPSS). Sebelum melakukan analisis regresi linear beganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Pertama, uji kualitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga, uji hipotesis berupa uji F (Uji Simultan), koefisien determinasi dan uji t (Uji Parsial).

3.6.3 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Menurut Irfan (2018), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keshahihan suatu alat ukur. Untuk menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan tiap-tiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah skor tiap skor butir. Untuk menghitung validitas alat ukur digunakan rumus *Pearson Product Moment*. Rumus “*Pearson Product Moment*” adalah :

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - \sum x_i \sum y_i}{\sqrt{\left(n \sum x_i^2 - \left(\sum x_i \right)^2 \right) \left(n \sum y_i^2 - \left(\sum y_i \right)^2 \right)}}$$

Keterangan

r_{xy}	: koefisien korelasi antara variable X dan variable Y
x_i	: nilai data ke-i untuk kelompok variable X
y_i	: nilai data ke-i untuk kelompok variable Y
n	: banyak data

Namun demikian dalam penelitian uji validitas ini tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus yang diatas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesiner maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation* pada tabel *Item-Total Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut.

2. Uji Realibilitas

Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan pengukuran sekali saja (*one shot*) dan teknik pengukuran reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Realibilitas menurut Sudaryono adalah “Sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat

dipercayaan, di dalam hal ini suatu hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama, diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama, selama aspek yang diukur dari dalam diri subjek belum atau tidak berubah”.

Cronbach Alpha dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih. Metode mencari reliabilitas yaitu menggunakan rumus reliabilitas alat ukur satu kali pengukuran, rumus yang digunakan adalah alpha. Persamaannya adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum Si}{S_t} \right)$$

Keterangan :

r_{11}	= nilai reliabilitas
$\sum Si$	= Jumlah variabel skor setiap item
S_t	= Varians total

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Ketika melakukan teknik analisis linear berganda diperlukan adanya uji asumsi klasik, uji asumsi klasik ini diantaranya adalah 1) uji normalitas 2) uji multikolinearitas 3) uji heteroskedastisitas 4) uji autokorelasi. Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan ada 3 asumsi klasik saja yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2016) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji

normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji One Sample Kolmogorov Smirnov menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2016) pada pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau variable bebas. Efek dari multikolinearitas ini adalah menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Hal tersebut berarti standar error besar, akibatnya ketika koefisien diuji, t-hitung akan bernilai kecil dari t-tabel. Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan linear antara variabel independen yang dipengaruhi dengan variabel dependen.

Untuk menemukan terdapat atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai variance inflation factor (VIF). Nilai Tolerance mengukur variabilitas dari variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai tolerance rendah sama dengan nilai VIF tinggi, dikarenakan $VIF = 1/\text{tolerance}$, dan menunjukkan terdapat kolinearitas yang tinggi. Nilai cut off yang digunakan adalah untuk nilai tolerance 0,10 atau nilai VIF diatas angka 10.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linier berganda, yaitu dengan melihat grafik scatterplot atau dari nilai prediksi variabel terikat yaitu *SRESID* dengan residual error yaitu *ZPRED*. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar

diasas maupun dibawah angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk model penelitian yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

3.6.5 Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi Uji F (Simultan), koefisien determinasi (R^2), dan uji t (ujin parsial).

1. Uji Serempak/Simultant (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama koefisien variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA pada kolom *sig*, dengan taraf signifikansi pada penelitian ini adalah 5% atau 0,05.

- $H_0: \beta_1=\beta_2=\beta_3=\beta_4=0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel Harga, Kepercayaan, Kemudahan penggunaan aplikasi, dan Promosi terhadap variabel Keputusan belanja *online*.

- H_1 : setidaknya ada satu dimana $\beta_k \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel Harga, Kepercayaan, Kemudahan penggunaan aplikasi, dan Promosi terhadap variabel Keputusan belanja *online*.

Kriteria pengujian hipotesis secara simultan adalah dengan membandingkan antara F hitung dengan F tabel atau antara Sig F dengan α , yaitu sebagai berikut :

1. Jika $\text{Sig F} < \alpha$ atau $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen (tolak H_0 atau terima H_1).
2. Jika $\text{Sig F} \geq \alpha$ atau $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ maka secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen (terima H_0 atau tolak H_1).

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi berupaya untuk mengukur kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel *independen* dengan variabel *dependen* pada suatu persamaan regresi. Nilai koefisien determinan (R^2) berkisar antara nol sampai dengan satu atau $0 \leq R^2 \leq 1$.

Apabila nilai adjusted R^2 semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Apabila nilai adjusted R^2 mendekati satu maka pengaruh variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen. Artinya model yang digunakan semakin kuat menerangkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji T merupakan uji signifikansi yang dilakukan secara individual, atau lebih sering disebut sebagai proses analisis data yang dilakukan secara parsial. Untuk melakukan perhitungan data kuantitatif, maka peneliti harus melihat pengaruh variabel independen terhadap sampel yang didapatkan.

Rumus yang digunakan dalam uji t adalah :

$$t_{hitung} = \frac{b}{se}$$

Keterangan :

Se = standar error koefisien regresi X

b = koefisien regresi X

t_{hitung} = nilai t