

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1.1 Waktu dan Lokasi Penelitian**

##### **1.1.1 Waktu Penelitian**

Waktu penelitian direncanakan dimulai dari penyusunan usulan penelitian sampai terlaksana laporan penelitian ini, yakni bulan November 2022 sampai selesai pada bulan Maret 2023.

##### **1.1.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi pada penelitian ini dilakukan khususnya kepada konsumen online shop melalui aplikasi shopee di Kecamatan Tikung. Ruang lingkup penelitian ini konsumen shopee yang sudah memenuhi kriteria yang sudah ditentukan oleh penelitian, sehingga dalam penulisan ini lebih memudahkan penulis dalam mendapatkan data dan lebih mudah baik dari segi waktu, biaya, dan tenaga penulis.

#### **1.2 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi maupun sampel. Menurut Sugiyono (2013 : 23) penelitian kuantitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filsafah positivime, yang digunakan untuk meneliti populasi maupun sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, untuk analisis datanyabersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk mengembangkan dan menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.

Berdasarkan uraian diatas, dapat diartikan bahwa metode penelitian pendekatan kuantitatif adalah untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada atau sedang berlangsung, dan hasil yang disajikan dalam bentuk angka-angka akan membuat kesimpulan untuk menjelaskan gambaran umum mengenai objek yang telah diteliti.

### **1.3 Teknik Penarikan Sampel**

#### **1.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2013 : 16) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek maupun subjek yang mempunyai kualitas dan karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Jumlah penduduk di Kecamatan Tikung menurut buku badan statistic kabupaten lamongan sejumlah 46.413 penduduk, dan peneliti mengambil populasi usia 17 Tahun s.d 40 Tahun sejumlah 27.809 penduduk.

Populasi dalam penelitian ini orang yang berbelanja online melalui Shoppe di Kecamatan Tikung Sebanyak 27.809.

#### **1.3.2 Teknik Penentuan Sampel**

Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dimana peneliti menentukan penentuan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan peneliti. Adapun syarat-syarat untuk responden dalam penelitian ini yaitu:

1. Menggunakan dan memakai Aplikasi Shopee, dan paham cara penggunaannya.
2. Berbelanja di Shopee sekurang-kurangnya 3x dalam 6 bulan terakhir
3. Berdomisili di Kecamatan Tikung
4. Berusia di atas 17 tahun

### 1.3.3 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin di teliti oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2013 : 80) sampel dihasilkan dari populasi yang sudah memenuhi standar tertentu dan diartikan sebagai suatu bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi itu, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada.

Dari jumlah populasi 27.809 orang maka digunakan untuk menentukan jumlah sampel dapat menggunakan rumus solvin, yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : tingkat kesalahan (Standart Error 10%)

Maka jumlah perolehan sampel yang diperoleh adalah

$$n = \frac{N}{1 + (N(e)^2)} = n = \frac{27809}{1 + 27809(0,1)^2}$$

$$n = \frac{27809}{1 + 278,09} = n = \frac{27809}{278,10}$$

$$n = 99,996$$

Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 99,996 atau dibulatkan menjadi 100 responden.

## **1.4 Metode Pengumpulan Data**

### **1.4.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif yang berupa nilai skor atas jawaban yang telah diberikan oleh responden terhadap pertanyaan- pertanyaan yang terdapat dalam kuisisioner. Adapun jenis data sebagai berikut:

#### **1. Data Subjek**

Menurut Sugiyono (2013 : 137) jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis data subjek. Data subjek merupakan jenis data yang diperoleh melalui opini, sikap, dan juga pengalaman yang menjadi subjek responden.

#### **2. Data Primer**

Menurut Sugiyono (2013 : 308) data primer merupakan data yang secara langsung memberikan data kepada peneliti dan diperoleh dari hasil wawancara ataupun observasi dan juga melalui kuisisioner.

### **1.4.2 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data penelitian yang dilakukan adalah teknik observasi, yaitu meneliti secara langsung dengan menggunakan kuesioner

(angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Kuesioner ini diberikan kepada pelanggan atau konsumen belnja online aplikasi Shopee di Kecamatan Tikung. Selain dengan menggunakan kuesioner, hal lain yang digunakan dalam tektik observasi yaitu wawancara. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin mencari tahu latar belakang permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

### **1.5 Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono (2013 : 58) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dalam mengumpulkan data.

Penelitian ini menggunakan 4 variabel yaitu tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu Kemudahan Penggunaan (X1), Kepercayaan (X2), Promosi (X3). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian Online (Y).

### **1.5.1 Variabel Dependen (Terikat)**

#### **1. Keputusan Pembelian (Y)**

Menurut Turban (2012 : 38) belanja online merupakan kegiatan pembelian barang maupun jasa dari media social. Belanja online ini masuk dalam klasifikasi transaksi *e-commerce Business to Consumer (B2C)*. dengan berbelanja menggunakan *e-commerce* pembeli dapat melihat barang maupun jasa yang mau dibeli melalui web yang sudah disediakan oleh penjual.

Berikut indikator dari keputusan pembelian dalam penelitian ini bersumber dari penelitian Philip Kotler (2008 : 125) yaitu:

1. Kemantapan sebuah produk
2. Kebiasaan membeli dalam sebuah produk
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
4. Melakukan pembelian ulang

### **1.5.2 Variabel Independen (Bebas)**

#### **1. Kemudahan Penggunaan (X1)**

Jogiyanto (2015:1909) menyatakan persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan.

Indikator kemudahan dalam penelitian ini bersumber dari Venkatesh dan Davis (2016:45):

1. Kemudahan sebuah sistem untuk digunakan.

2. Easy to learn Easy to learn adalah tingkat sejauh mana sebuah sistem mudah untuk dipelajari dan diadopsi oleh seorang individu.
3. Overall easiness Overall easiness adalah tingkatan kemudahan secara keseluruhan yang dimiliki oleh sebuah sistem.

## **2. Kepercayaan (X2)**

Dalam *e-commerce* kepercayaan adalah salah satu faktor utama yang harus dibangun oleh pelaku bisnis di jual beli online. Menurut Restika (2012) Kepercayaan konsumen adalah persepsi dari sudut pandang konsumen akan keandalan penjual dalam pengalaman dan terpenuhinya harapan dan kepuasan konsumen.

Indikator Kepercayaan dalam penelitian ini bersumber dari Kotler dan Keller (2012 : 225), Yaitu :

1. Kompetensi perusahaan
2. Integritas
3. Kejujuran dan
4. Kebaikan.

## **3. Promosi (X3)**

Promosi adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan secara aktif untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan (Ari Setyaningrum, dkk, 2012 : 223). Berikut indikator dari promosi Menurut Philip Kotler dan Keller (2008 : 219)

1. Jangkauan promosi
2. Kualitas promosi
3. Waktu promosi

#### 4. Ketepatan sasaran promosi

### 1.6 Metode Analisis Data

#### 1.6.1 Uji Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan yaitu statistik deskriptif. Statistik deskriptif merupakan statistik yang terfokus kepada penyajian data dan klasifikasi data-data. Dengan teknik analisis ini data yang disajikan akan menjadi menarik dan juga mudah dipahami. Didalam penelitian ini peneliti melakukan pengumpulan datanya dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden, dimana objek penelitiannya sampel yang sudah ditentukan. Menurut Ghazali (2018 : 19) statistik deskriptif didalam pencatatan datanya setiap variabel dapat diketahui dari nilai mean (rata-rata), nilai tertinggi dan juga nilai terendah. Kuisisioner ini menggunakan skala likert dengan skor 1-5. Berikut standar skor atas pertanyaan yang terdapat didalam kuisisioner penelitian ini:

No.	Pilihan Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Cukup	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat Setuju	5

**Table 3. 1 Skala Likeart**

#### 1.6.2 Uji Kualitas Data

##### 1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51) uji validitas yaitu suatu uji yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisisioner. Didalam suatu kuisisioner dikatakan valid apabila seluruh pertanyaan mampu untuk memberikan pengungkapan terhadap sesuatu yang akan diukur oleh peneliti



dan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  table, apabila nilai  $r$  hitung tersebut  $>$  dari nilai  $r$  table maka taraf signifikannya yaitu 5%, sehingga dikatakan valid. Namun apabila alat ukur tersebut menghasilkan data yang tidak signifikan dapat dikatakan mempunyai validitas yang rendah.

## 2. Uji Reabilitas

Menurut Ghozali (2018:45) uji reliabilitas yaitu alat yang digunakan untuk alat mengukur kuisisioner yang menggambarkan indikator dari variabel suatu penelitian. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel apabila jawaban yang telah ditanyakan terhadap responden stabil dari waktu ke waktu dan juga apabila dalam variabel tersebut memiliki nilai yang *Cronbach's Alpha . 0,60*.

### 1.6.3 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk memperoleh normalitas data yang dipakai dalam menguji sebuah regresi, variabel pengganggu atau juga esidual yang mempunyai distribusi normal maupun tidak. Penelitian ini menggunakan teknik uji normalitas one sample Kolmogorov smirnov test yang merupakan pengujian dalam dua sisi dilakukan dengan cara membandingkan signifikansi dari hasil uji ( $p$  value) dengan taris signifikan 0,05. Apabila signifikansi data tersebut  $>$  dari 0,05 maka data bisa dikatakan normal. Namun apabila signifikansi data tersebut  $<$  dari 0,05 maka data tidak dikatakan normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018 : 107) uji multikolinieritas merupakan uji yang dilakukan untuk menguji apakah model regresi didapati adanya hubungan antar variabel independen. Model regresi sebaiknya tidak mengalami hubungan antar variabel independen. Apabila variabel independen saling berhubungan maka variabel tersebut tidak ortogonal. Uji ini merupakan syarat untuk menggunakan regresi linier berganda. Dengan memakai nilai tolerance dan VIF, uji multikolinieritas dapat terdeteksi. Jadi jika nilai tolerance tersebut rendah maka sama dengan nilai VIF tinggi. Nilai cut off yang sering dipakai untuk menunjukkan adanya uji multikolinieritas yaitu apabila nilai tolerance < dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF > dari 10.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137) uji heteroskedastisitas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari nilai residual pada satu penelitian ke penelitian yang lain. Model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas ataupun sebaliknya. Untuk menguji apakah terdapat heteroskedastisitas yaitu dengan cara melihat grafik plot antara prediksi variabel dependen (ZPRED) bersama residualnya (SRESID). Heteroskedastisitas dapat terdeteksi dengan cara melihat ada atau tidaknya pola tertentu yang terdapat pada grafik *scatterplot* antara ZPRED dan

SRESID, jika penyebarannya tersebut tidak membentuk suatu pola tertentu maka tidak terjadi adanya heteroskedastisitas.

#### 1.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisa regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel Independent terhadap variabel Dependent. Selain itu juga analisa regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian (variabel dependen)

$\alpha$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi variabel kemudahan penggunaan

$b_2$  = Koefisien regresi variabel kemudahan

$b_3$  = Koefisien regresi variabel promosi

$X_1$  = Kemudahan Penggunaan (variabel independen)

$X_2$  = Kepercayaan (variabel independen)

$X_3$  = Promosi (variabel independen)

E = Standar error

### 1.6.5 Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji Parsial (Uji T)

Menurut Ghozali (2018 : 152) uji parsial merupakan uji yang dilakukan dengan cara menggunakan parameter, hal ini timbul apabila ada pengaruh atau tidaknya masing-masing dari variabel bebas (X) maupun variabel terikat (Y). Dengan cara menggunakan SPSS dapat diketahui apabila hipotesis (H1, H2, dan H3) diterima jika tingkat signifikannya 5% nilai thitung dari setiap koefisien regresi yang kemudian dibandingkan dengan nilai ttabel. Adapun kriteria yang digunakan oleh uji t yaitu:

1. Jika nilai signifikan dari  $t > 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa  $H_0$  diterima, dan  $H_1$  ditolak.
2. Jika nilai signifikan dari  $t < 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa  $H_0$  ditolak, dan  $H_1$  diterima.

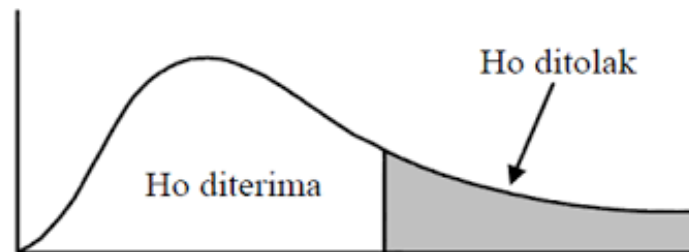


**Gambar 3. 1 Kurva Distribusi Uji t**

#### 2. Uji Simultan (Uji f)

Menurut Ghozali (2018 : 97) uji simultan merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel berpengaruh maupun tidak dengan variabel terikat. Tingkat signifikan uji f ini sebesar 5% nilai fhitung dari setiap koefisien regresi yang kemudian dibandingkan dengan nilai ftabel. Adapun kriteria yang digunakan oleh uji f yaitu:

1. Jika nilai signifikan dari  $F > 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa  $H_0$  diterima, dan  $H_1$  ditolak.
2. Jika nilai signifikan dari  $F < 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa  $H_0$  ditolak, dan  $H_1$  diterima.



**Gambar 3. 2 Kurva Distribusi Uji F**

### **3. Uji Koefisien Determinasi**

Menurut Sugiyono (2013 : 37) koefisien determinasi berguna untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Melalui tabel model *Summary*, terdapat *R Square* (koefisien determinasi). Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1. Apabila nilai koefisien mendekati 1, maka variabel independent dianggap mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi mendekati 0, maka variabel independent dianggap belum mampu menjelaskan tentang variasi variabel dependen.



