

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2022 sampai bulan Mei 2023. Lokasi penelitian ini dilakukan kepada para pengguna Aplikasi Shopee di Kecamatan Mantup

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif, karena hasil pengamatan nantinya akan dirangkum ke dalam angka-angka sehingga dapat digunakan teknik statistik untuk menganalisis hasil dan metode pengujian. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh perbedaan yang signifikan antar kelompok atau signifikansi antar variabel. Metode penelitian dalam penelitian ini peneliti mengukur dua atau lebih variabel, memahami dan menilai hubungan statistik antar variabel tanpa pengaruh dari variabel asing dengan maksud untuk mengetahui sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor saling berhubungan. Menurut Arikunto (2013) penelitian kuantitatif dengan pengetahuan yang detail banyak menggunakan angka yang diperoleh dari mengumpulkan data dan menafsirkan data.

#### **3.3 Teknik Penarikan Sampel**

##### **A. Populasi**

Menurut Handayani (2020), populasi merupakan keseluruhan dari setiap unsur yang akan dianalisis yang memiliki ciri-ciri yang sama, dapat berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan

dianalisis. Pada penelitian ini populasi yang akan diteliti adalah pada masyarakat di Kecamatan Mantup Kabupaten Lamongan yang menggunakan aplikasi Shopee yang diambil rata-rata 30% dari populasi penduduk Kecamatan Mantup sebanyak 41.233 menjadi 12.369 responden.

#### A. Sampel

Menurut Sugiyono, (2017:81) sampel merupakan beberapa bagian populasi dan berdasarkan karakteristik data sebagian besar harus berada dalam penelitian. Sampel akan diambil sebagai objek dari pengamatan dianggap dapat mewakili sebuah populasi yang ada. Hasil riset yang nantinya berhasil didapatkan dari sebuah sampel ini, maka akan memunculkan kesimpulannya. Kemudian kesimpulan tersebut akan digunakan untuk mengkonfirmasi kesimpulan dari populasi.

Penentuan sampel mengacu dengan menggunakan rumus Slovin:

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

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan (Peneliti menggunakan e=0,1 atau 10%)

Dalam penelitian ini N sebesar

$$n = \frac{N}{1 + N10^2}$$
$$n = \frac{12369}{1 + 12369(10^2)}$$

n = 99 dibulatkan menjadi 100 responden.

## **B. Teknik Pengambilan Sampel**

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono (2016:85) bahwa: “Purposive sampling artinya teknik pengambilan sampel data utama menggunakan pertimbangan tertentu”. Alasan penggunaan teknik Purposive Sampling pada penelitian ini karena tak seluruh sampel mempunyai kriteria yang sinkron dengan fenomena yang dideskripsikan. Penulis memilih teknik Purposive Sampling dengan menetapkan kriteria-kriteria tertentu yang wajib dipenuhi oleh sampel yang digunakan pada penelitian ini. Kriteria yang digunakan sebagai sampel penelitian adalah:

- a. Konsumen yang mempunyai aplikasi Shopee.
- b. Konsumen Shopee yang berdomisili di Kecamatan Mantup dan berusia 18-35 tahun.
- c. Konsumen yang melakukan pembelian suatu produk minimal satu kali pada situs Shopee.

## **3.4 Metode Pengumpulan Data**

### **A. Jenis Data**

#### **1. Data Primer**

Menurut Sugiyono (2017;193) Data primer yakni jenis data yang dikumpulkan oleh peneliti secara eksklusif berasal dari sumber utama, dapat melalui wawancara, survei, dan sebagainya. Data primer dalam penelitian ini berupa respon dari para pengguna aplikasi Shopee di Kecamatan Mantup melalui Kuesioner yang disebar.

## **2. Data Sekunder**

Menurut Sugiyono (2018:456) Data sekunder adalah sumber data yang tidak sekedar memberikan data yang telah dikumpulkan, misalnya dari orang lain atau dari suatu dokumen.

Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah buku, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan topik penelitian tentang pengaruh promosi, pengetahuan, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

### **B. Teknik Pengumpulan Data**

Pada melakukan penelitian ini, data yang dikumpulkan atau dipergunakan untuk memecahkan persoalan yang sehingga data-data tersebut wajib benar-benar bisa dipercaya serta akurat. Pada penelitian ini metode yang digunakan pada pengumpulan data adalah:

#### **1. *Kuisisioner***

Menurut Sugiyono (2017:142) angket atau kuesioner ialah teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden yang kemudian nantinya untuk dijawab. Kuesioner bisa disebut menjadi wawancara tertulis. Cara ini bisa dilakukan menggunakan tatap muka, melalui telepon, personal computer dan lain sebagainya. Kuesioner artinya cara pengumpulan informasi pada jumlah besar yang cukup murah, cepat serta efisien. Menggunakan kuesioner kita

pula mampu menerima data dari sampel orang banyak. Teknik pengolahan data hasil kuesioner memakai skala *likert*.

Skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur perilaku, pendapat serta persepsi tiap individu atau kelompok perihal kenyataan sosial. Menurut Sugiyono (2016:93) pengukuran skala *Likert* memiliki skala satu sampai lima (*five point Likert scale*).

Dengan nilai bobot yang telah ditentukan, yaitu:

- a. Nilai 5 untuk jawaban sangat setuju.
- b. Nilai 4 untuk jawaban setuju.
- c. Nilai 3 untuk jawaban cukup setuju
- d. Nilai 2 untuk jawaban tidak setuju.
- e. Nilai 1 untuk jawaban sangat tidak setuju.

## **2. Wawancara**

Wawancara atau dikenal pula menggunakan kata *interview* merupakan percakapan antara dua orang atau lebih serta berlangsung antara narasumber dan pewawancara.

Sedangkan menurut Moelong (2012:186) mengungkapkan Wawancara artinya dialog dengan maksud eksklusif. dialog itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan serta terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

Tanya jawab antara pewawancara serta narasumber ini bertujuan untuk menerima dan mendapatkan sebuah informasi, pendapat, data, serta fakta yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

### **3. *Observasi***

*Observasi* ialah salah satu cara untuk mendapatkan informasi apapun yang berasal dari suatu peristiwa dengan cara mengamati secara langsung lalu memahami pengetahuan yang berasal dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan serta gagasan yang telah diketahui sebelumnya untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk melanjutkan suatu penelitian. Penggunaan teknik observasi ini umumnya dijadikan sebagai pendukung pada suatu riset untuk mengamati fenomena yang terjadi pada lokasi penelitian. Adapun hal yang wajib dilakukan sebelum melakukan observasi yakni memilih tujuan serta fungsi aktivitas observasi, mencatat data yang dibutuhkan dan menyesuaikannya dengan tujuan atau fungsi observasi kemudian melakukan survei tempat dan melanjutkan observasi.

### **3.5 Operasional Variabel**

Menurut Sugiyono (2013), Definisi operasional variabel adalah atribut atau kualitas atau nilai yang berasal dari seseorang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dengan tujuan untuk mempelajarinya dan kemudian menarik kesimpulan. Manfaat operasional variabel tersebut untuk mengidentifikasi kriteria yang bisa

diobservasi sehingga memudahkan observasi atau pengukuran, penafsiran dan memutuskan terhadap variabel, serta mekanisme dalam mengukur variabel.

Definisi operasional variabel pada penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

#### **A. Variabel *Independent* / Variabel Bebas (X)**

Variabel *independen* menurut Tritjahjo Danny Soesilo, Variabel *independen* adalah variabel yang dapat mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau terjadinya variabel *dependen* (terikat). Dapat disimpulkan bahwa variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab atau penyebab dari dampak teoritis yang mungkin terjadi terhadap variabel terikat. Variabel bebas umumnya dilambangkan dengan huruf X. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Promosi (X1)**

Kotler dan Amstrong (2019:63) “Promosi adalah suatu kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat suatu produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan”.

Indikator variabel promosi menurut Kotler dan Keller (2016:272)

- 1) Pesan promosi
- 2) Media Promosi
- 3) Waktu promosi

##### **2. Pengetahuan Produk (X2)**

Menurut Suwarman (2011), “Pengetahuan produk adalah segala informasi yang dimiliki konsumen tentang berbagai jenis produk dan

jasa serta pengetahuan lain yang berhubungan dengan fungsi produk dan jasa tersebut.”

Indikator variabel pengetahuan produk menurut Blacwell, Miniard dan Engel (2012)

- 1) Pengetahuan produk.
- 2) Pengetahuan pembelian.
- 3) Pengetahuan pemakaian.

### **3. Pengaruh Gaya Hidup (X3)**

Menurut Ujang Sumarwan (2011:57) Gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat, dan pendapat seseorang (*activities, interest, and opinion*)”.

Indikator Gaya Hidup Menurut Kotler (2001), ada tiga indikator gaya hidup seseorang yaitu:

- 1) Kegiatan.
- 2) Minat.
- 3) Opini.

## **B. Variabel *Dependent* / Variabel Terikat (Y)**

Variabel Terikat adalah variabel yang menjadi akibat, atau variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas, (Sugiyono, 2018:39).

Dalam penelitian ini variable terikat (Y) adalah Kinerja karyawan.

### **1. Keputusan Pembelian**

Menurut Tjotono (2014), “Keputusan pembelian adalah suatu proses di mana konsumen mengetahui masalahnya, mencari



informasi tentang produk atau merek tertentu, mengevaluasi setiap alternatif yang paling cocok untuk memecahkan masalah, yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian.”

Menurut Kotler (2009) mengemukakan keputusan pembelian memiliki indikator sebagai berikut:

1. Kestabilan suatu produk
2. Kebiasaan dalam membeli produk
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
4. Melakukan pembelian berulang

### **3.6 Metode Analisis Data**

Analisis data yang dilakukan menggunakan menggunakan bantuan program IBM *Statistical Package for the Social Science* (SPSS). Teknik analisis data yang dipergunakan pada penelitian ini ialah :

#### **A. Uji Validitas**

Uji validitas dipergunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan di instrumen atau kuesioner bisa menyampaikan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018:51). Analisis tersebut dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total ialah penjumlahan berasal dari keseluruhan item. Dikatakan valid bila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sedangkan bila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pertanyaan tidak valid. Suatu tes bisa dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan

hasil ukur yang tepat serta akurat sesuai dengan maksud dilakukannya tes tersebut.

Perhitungan validitas dari sebuah instrumen bisa memakai rumus korelasi *product moment* atau dikenal pula dengan korelasi *Pearson*. Adapun rumusnya ialah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi

$n$  = Jumlah sampel/responden

$\sum X$  = Jumlah skor pertanyaan ke-X

$\sum Y$  = Jumlah skor total

$\sum XY$  = Jumlah skor total dikali dengan skor pertanyaan

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat skor pertanyaan

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat skor total

Kriteria penilaian uji validitas adalah :

1. Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , maka item kuesioner valid.
2. Jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ , maka item kuesioner tidak valid.

## **B. Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2017: 130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan memakai objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama serta dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat dipercaya bila memberikan hasil yang

konsistensi untuk pengukuran yang sama. Pengujian reliabilitas instrumen dengan memakai rumus Alpha Cronbach sebab instrumen penelitian ini berbentuk angket.

Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut :

$$r = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \alpha_b^2}{\alpha_t^2} \right)$$

Keterangan :

$r$  = koefisien reliabilitas konsumen

$n$  = jumlah responden

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varian skor-skor tiap item

$\sigma_t^2$  = varian total

Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah :

1. Apabila hasil koefisien Alpha  $\geq$  taraf signifikan 60% atau 0,6, maka kuesioner reliabel.
2. Apabila hasil koefisien Alpha  $\leq$  taraf signifikan 60% atau 0,6, maka kuesioner tidak reliabel.

### C. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk penelitian yang mempunyai lebih dari satu variabel *independen*. Menurut Ghazali (2018), analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Regresi linier berganda artinya model persamaan yang mengungkapkan hubungan satu variabel tak bebas (  $Y$  ) dengan dua atau lebih variabel bebas ( $X_1$ ,

$X_2, \dots, X_n$ ). Disamping itu pula untuk dapat mengetahui bagaimanakah arah hubungan variabel tidak bebas dengan variabel - variabel bebasnya.

Persamaan regresi linier berganda biasanya dinyatakan dalam bentuk formula sebagai berikut:

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

Keterangan :

$Y$  = variabel keputusan pembelian

$a$  = konstanta

$b_1$  = nilai koefisien regresi promosi

$b_2$  = nilai koefisien regresi pengetahuan

$b_3$  = nilai koefisien regresi gaya hidup

$X_1$  = variabel promosi

$X_2$  = variabel pengetahuan

$X_3$  = variabel gaya hidup

$e$  = *error* (standar kesalahan)

#### **D. Uji Korelasi Berganda**

Menurut (Sugiyono 2012, 256) uji korelasi berganda ialah analisis yang digunakan untuk menghitung kuatnya pengaruh antar variabel bebas dengan variabel terikat.

Rumus korelasi ganda dua variabel adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 1**

**Interpretasi Koefisien Korelasi**

0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,1000	Sangat Kuat

*Sumber: Sugiyono (2012:257)*

Korelasi ganda ditunjukkan oleh rumus berikut:

$$R_{y \cdot x_1 \cdot x_2} = \sqrt{\frac{r^2_{yx_1} + r^2_{yx_2} - 2r_{yx_1} \cdot r_{yx_2} \cdot r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

Keterangan:

$R_{y \cdot x_1 \cdot x_2}$  = korelasi ganda antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  secara bersama sama dengan variabel  $Y$

$r_{yx_1}$  = korelasi Product Moment antara  $X_1$  dan  $Y$

$r_{yx_2}$  = korelasi Product Moment antara  $X_2$  dan  $Y$

$r_{x_1x_2}$  = korelasi Product Moment antara  $X_1$  dan  $X_2$

**E. Koefisien Determinasi (AdjustR<sup>2</sup>)**

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk mengetahui dan memprediksi seberapa besar atau signifikan kontribusi variabel *independen* terhadap variabel *independen* relatif terhadap variabel *dependen*. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel *independen* menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel *dependen*. Namun jika nilai  $R^2$  semakin kecil, berarti kemampuan variabel *independen* untuk menjelaskan variabel *dependen* relatif terbatas. Koefisien menentukan sejauh mana

kontribusi variabel *independen* terhadap model regresi dapat menjelaskan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi bisa ditinjau melalui nilai R-square (R<sup>2</sup>) pada tabel Model Summary.

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

*KD* : Koefisien Determinasi

*r* : Koefisien Korelasi

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

- a. Jika *KD* mendekati nol (0) maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependen* lemah.
- b. Jika *KD* mendekati satu (1) maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependen* kuat.

#### **F. Uji Parsial (Uji t)**

Ghozali (2017:56) menyatakan bahwa uji statistik t memberikan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independen* terhadap variabel *dependen* menggunakan asumsi bahwa variabel *independen* yang lain konstan.

Rumus pada uji t yakni :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

*t* = t hitung

*r* = korelasi

*n* = banyaknya responden

Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan uji t sebagai berikut :

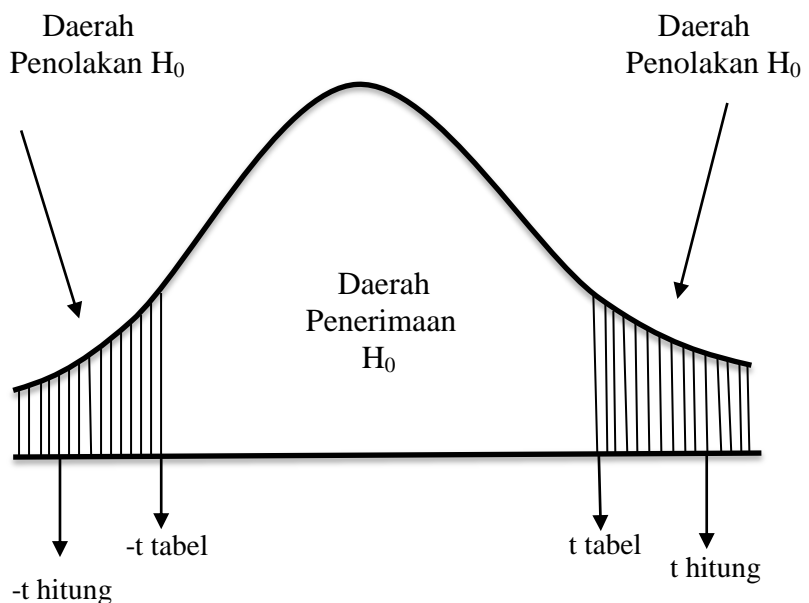
1. Perumusan hipotesis ( $H_0$ ) dan hipotesis ( $H_1$ )

- $H_0$  = variabel *independen* secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel *dependen*.
- $H_1$  = variabel *independen* secara parsial berpengaruh terhadap variabel *dependen*.

2. Menentukan kriteria pengujian :

- $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $-t_{tabel} \geq t_{hitung} \geq t_{tabel}$   
(Hal ini berarti ada pengaruh nyata antara variabel bebas dan variabel terikat).
- $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika  $-t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} < -t_{tabel}$   
(Hal ini berarti tidak ada pengaruh nyata antara variabel bebas dan variabel terikat).

3. Daerah penolakan dan penerimaan.



Gambar 3. 1 Kurva Uji Parsial

4. Menentukan tingkat signifikansi yaitu  $\alpha = 0,10$  (10%).

5. Dalam penelitian ini juga dilakukan dengan melihat nilai tingkat signifikansi 0,10 ( $\alpha = 10\%$ ) dengan derajat bebas ( $n - k$ ), dimana  $n =$  jumlah pengamatan dan  $k =$  jumlah variabel bebas.
6. Dengan kriteria pengujian :
  - a. Apabila tingkat signifikansi  $< 0,10$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, berarti ada pengaruh secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
  - b. Apabila tingkat signifikansi  $> 0,10$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, berarti tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Untuk menguji hipotesis tersebut digunakan *software* SPSS versi 26, dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ .

#### G. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sujarweni (2015:162) “Uji F adalah pengujian signifikansi yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3$ ) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas ( $Y$ )”.

Rumus pada Uji F yakni :

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

Keterangan :

$R^2$  : Koefisien Determinasi

$K$  : Jumlah Variabel *Independen*

$n$  : Jumlah Sampel

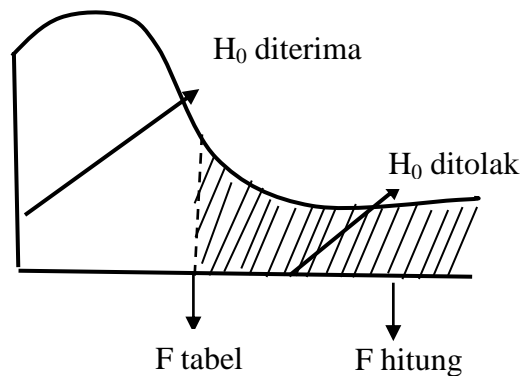
$F_0$  :  $F_{hitung}$  yang selanjutnya dibandingkan dengan  $F_{tabel}$



Perumusan hipotesis :

$H_0$  = variabel promosi, pengetahuan, dan gaya hidup tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian.

$H_1$  = variabel promosi, pengetahuan, dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan kinerja karyawan.



Gambar 3. 2 Kurva Uji Simultan (uji F)

Kriteria pengujian signifikan :

1. Nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai prob  $F$ -statistik  $< 0,10$ , maka merupakan variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. Nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai prob  $F$ -statistik  $> 0,10$ , maka merupakan variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Uji simultan (uji F) untuk analisis data penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 26.

