

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Penelitian ini dilakukan dari bulan Oktober 2022 sampai akhir bulan Maret 2023. Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Lamongan. Yang beralamat di jalan Veteran No.53A, Jetis, Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dengan menggunakan hipotesis dan uji statistik untuk menyimpulkan hasilnya.

Menurut Sugiyono (2013:39). Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai variabel.

Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang bersifat induktif, objektif dan ilmiah dimana data yang diperoleh berupa angka-angka (score, nilai) atau pertanyaan-pertanyaan yang dinilai, dan dianalisis dengan analisis statistik. (sugiyono, 2017:8).

### **3.3 Teknik Penarikan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan obyek yang karakteristiknya hendak diteliti dalam sebuah penelitian. Dalam pemilihan populasi target harus sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dilaksanakan.

Menurut Sugiyono (2014:61) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi yang peneliti gunakan adalah seluruh Mahasiswa Ekonomi Universitas Islam Lamongan yang memutuskan belanja online melalui *marketplace* Bukalapak, dengan total 1688 mahasiswa aktif yang terdiri dari 1283 mahasiswa jurusan manajemen dan 405 mahasiswa jurusan akuntansi (data diambil dari Sistem Informasi Universitas Islam Lamongan).

#### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (sugiyono 2015 :118). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karekteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014:61). Penelitian ini menggunakan metode *insidental Sampling*.

Menurut Sugiyono (2014:67) *Insidental Sampling* merupakan metode penetapan sampel dengan didasarkan pada kebetulan, siapa saja

yang ditemui langsung dijadikan sampel. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 1688 mahasiswa aktif fakultas ekonomi. Jumlah sampel diambil berdasarkan rumus Slovin (dalam Umar 2010:34) yaitu :

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

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan

Populasi N = 1688 dengan asumsi tingkat kesalahan (e) = 10%, maka jumlah sampel yang harus digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak

$$n = \frac{N}{1+n(e)^2} = \frac{1688}{1+1688(0,1)^2} = 94,4 \text{ dibulatkan menjadi } 94$$

Jadi dari perhitungan diatas, untuk mengetahui ukuran sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 94 mahasiswa.

### 3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel Sugiyono (2014:81). Karena banyaknya populasi yang tidak diketahui secara pasti maka metode pengambilan sampel adalah metode *Insidental Sampling* “*Insidental Sampling* merupakan metode penetapan sampel dengan didasarkan pada kebetulan, siapa saja yang ditemui langsung dijadikan sampel. ” (Sugiyono 2014:82).

## **3.4 Metode Pengumpulan Data**

### **3.4.1 Jenis Data**

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

Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari penelitian terhadap obyek yang diteliti (Suharsimi Arikunto, dalam skripsi Mohammad Heru Budi S 2016: 40).

#### **2. Data Sekunder**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data sekunder yaitu studi kepustakaan, untuk memperoleh landasan teori strategi marketing mix melalui buku-buku, literatur-literatur, laporan-laporan, makalah-makalah, seminar, jurnal-jurnal, catatan kuliah, artikel majalah, surat kabar, dan yang berhubungan dengan permasalahan yang ada serta berguna bagi penyusunan hasil penelitian ini (Suharsimi Arikunto, 2016: 40).

### **3.4.2 Sumber Data**

Penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara langsung ke perusahaan, untuk mendapatkan data primer melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada semua populasi Mahasiswa Ekonomi Universitas Islam Lamongan.

### **3.4.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data sangat erat kaitannya dengan instrument yang akan ditetapkan. Pengumpulan data yang dilakukan tentunya juga terkait dengan masalah dan tujuan penelitian. Berbagai teknik pengumpulan data dapat digunakan untuk memperoleh data

penelitian yang akurat dan valid. Dalam sebuah penelitian, penulis dapat menggunakan rancangan pengumpulan data dengan interview (wawancara), observasi (pengamatan), kuesioner (angket), dan gabungan ketiganya (Sugiyono, 2017).

Berikut disajikan secara rinci teknik pengumpulan data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini :

#### 1. Wawancara

Menurut sugiyono (2016:137) wawancara digunakan sebagai Teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dalam jumlah responden nya sedikit/kecil.

#### 2. Observasi

Menurut sugiyono (2016:203) observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi dilakukan dengan melihat langsung dilapangan yang digunakan untuk menentukan faktor layak yang didukung melalui wawancara.

#### 3. Kuisisioner

Menurut sugiyono (2016:142) kuisisioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

### 3.5 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2017:38) Definisi operasional variabel adalah sesuatu yang menjadi obyek pengamatan dalam suatu penelitian yang didasarkan atas sifat-sifat atau hal yang didefinisikan untuk diamati. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

#### 3.5.1 Variabel Bebas/Independen Variabel (X)

Pengaruh *Relationship Marketing*, Kualitas Layanan, dan Pengiriman Barang (X) atau variable bebas adalah variabel yang dalam hubungannya dengan variabel lain bertindak sebagai penyebab atau yang mempengaruhi variabel yang lain (Sugiyono, 2017:39). Yang termasuk variabel bebas yaitu:

##### 1. Pengaruh *Relationship Marketing* (X1)

Menurut Bruhn (2003) untuk mengukur *Relationship Marketing* ada dua indikator, yaitu sebagai berikut :

###### 1. *Trust* (Kepercayaan)

- a. *Harmony* (Harmoni)
- b. *Acceptance* (Penerimaan)
- c. *Participation Simplicity* (Kesederhanaan partisipasi)

###### 2. *Familiarity* (Keakraban)

- a. *Personal understanding* (Pemahaman pribadi)
- b. *Personal awarness* (Kesadaran pribadi)
- c. *Professional awarness* (Kesadaran profesional)

## **2. Kualitas Layanan (X2)**

Menurut Lubis dan Andayani (2017) Kualitas layanan memiliki beberapa indikator atau unsur kualitas layanan. Ada lima indikator yang dapat digunakan dalam menentukan kualitas layanan yaitu :

1. *Reliability* (Kehandalan)
2. *Responsiveness* (Daya Tanggap)
3. *Assurance* (Jaminan)
4. *Emphaty* (Empati)
5. *Tangibles* (Bukti Fisik)

## **3. Pengiriman Barang (X3)**

Menurut Rahayu (2013), Ada tiga tingkat cara mengukur indikator pengiriman barang, yaitu :

1. Pelanggan Sangat Puas
2. Pelanggan Puas
3. Pelanggan Tidak Puas

### **3.5.2 Variabel Terikat/Dependen Variabel (Y)**

Menurut Kotler dan Keller (2012:479), dalam keputusan pembelian, ada enam indikator, yaitu :

1. Pemilihan Produk
2. Pemilihan Merek
3. Pemilihan Saluran Pembelian
4. Penentun Waktu Pembelian
5. Jumlah Pembelian

6. Metode Pembayaran

**Tabel 3. 1**  
**Operasional Variabel**

<b>Variable</b>	<b>Menurut Para Ahli</b>	<b>Indikator</b>
Variable bebas : <i>Relationship Marketing</i> (X1)	Burh (2003)	1. <i>Trust</i>  a. <i>Harmony</i> b. <i>Acceptance</i> c. <i>Participation</i> <i>Simplicity</i>  2. <i>Familiarity</i>  a. <i>Personal understanding</i> b. <i>Personal awarness</i> c. <i>Professional awarness</i>
Variable bebas : Kualitas Layanan (X2)	Lubis dan Handayani (2017)	1. <i>Reliability</i> 2. <i>Responsiveness</i> 3. <i>Assurance</i> 4. <i>Emphaty</i> 5. <i>Tangibles</i>
Variable bebas : Pengiriman Barang (X3)	Rahayu (2013)	1. Pelanggan Sangat Puas 2. Pelanggan Puas 3. Pelanggan Tidak Puas
Variable terikat : Keputusan Pembelian (Y)	Kotler dan Keller (2012:479)	1. Pemilihan Produk 2. Pemilihan Merek 3. Pemilihan Saluran Pembelian 4. Penentun Waktu Pembelian 5. Jumlah Pembelian 6. Metode Pembayaran



### 3.6 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016:244) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil kuisioner, wawancara, observasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, pengaruh dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Ciri khas skala likert adalah bahwa semakin tinggi skor yang diperoleh oleh seorang responden artinya merupakan indikasi bahwa responden tersebut sikapnya semakin positif terhadap obyek yang ingin diteliti oleh peneliti. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert yang berupa kata-kata antara lain :

**Tabel 3. 2**  
**Skala Likert**

<b>Kategori</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Sumber:** Sugiyono, 2017

Dalam penelitian ini untuk mengolah data dengan menggunakan analisis kuantitatif. Dimana dalam analisis tersebut dengan menggunakan paket program SPSS.

### 3.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:269), uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan atau instrument. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Rumus yang di gunakan untuk menguji validitas dapat pula digunakan rumus teknik korelasi product moment :

$$R_{XY} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Sumber : Sugiyono (2016:755)

Dimana :

R = Koefisien Korelasi

N = Jumlah subjek atau responden

X = Skor butir

Y = Skor total

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Sugiyono (2017:354) dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama.

Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian

Rumus Alpha :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right)$$

Sumber : Arikunto, (2010:239)

Dimana :

$r_{11}$  = Koefisien Reliabilitas Instrumen

$k$  = Jumlah Butir Pertanyaan

$\sum si$  = Jumlah Varian Butir

$st^2$  = Jumlah Variansi Total

### 3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji hipotesis perlu dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu agar penelitian tidak bias dan untuk menguji kesalahan model regresi yang digunakan dalam penelitian. Menurut Ghozali (2011:103), model regresi yang digunakan akan menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif (BLUE = *Best Linier Unbiased Estimator*) apabila memenuhi asumsi dasar klasik regresi yaitu apabila tidak terjadi gejala:

### **3.6.3.1 Uji Normalitas**

Menurut Ghozali dalam Sugiyono (2017:199) terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Analisis grafik untuk melihat normalitas residual adalah dengan grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal atau metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Dasar pengambilan keputusan adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Selain itu, jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### **3.6.3.2 Uji Multikolonieritas**

Menurut Ghozali dalam Sugiyono (2017:201) Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel

independen lainnya. Jadi, nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1 / \text{tolerance}$ ). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance  $> 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $< 10$ .

### **3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali dalam Sugiyono (2017:208) Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data crosssection mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran.

### **3.6.3.4 Uji Autokorelasi**

Menurut Ghozali dan Ratmono (2017:121), Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu (residual) pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autorelasi. Uji autokorelasi berkaitan dengan pengaruh observer atau data dalam satu variabel yang berhubungan satu sama lain.

Untuk mengetahuinya dengan membandingkan nilai DW dengan nilai d dari tabel DurbinWatson :

1. Jika  $DW < dL$  atau  $DW > 4 - dL$ , maka kesimpulan pada data tersebut terdapat autokorelasi
2. Jika  $dU < DW < 4 - dU$ , maka kesimpulan pada data tersebut tidak terdapat autokorelasi.
3. Jika  $dL \leq DW \leq dU$  atau  $4 - dU \leq DW \leq 4 - dL$ , maka tidak ada kesimpulan.

#### **3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda**

Menurut Indriantoro dan Supomo dalam Sugiyono (2017:213) Analisis linier berganda digunakan untuk memprediksi seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila variabel independen dimanipulasi atau diubah-ubah atau dinaik turunkan. Dengan Rumus :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Dimana :

- Y = Keputusan Pembelian
- a = Konstanta (*Intercept*)
- $\beta_1$ - $\beta_2$  = Koefisien regresi
- $X_1$  = *Relationship Marketing*
- $X_2$  = Kualitas Layanan
- $X_3$  = Pengiriman Barang
- E = Error(Tingkatkesalahan)

### 3.6.5 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan dan bentuk hubungan antara dua atau lebih variabel. Koefisien korelasi biasa di beri lambang r. koefisien korelasi dinyatakan dengan bilangan, berada pada interval  $-1 < 0 < 1$ . apabila korelasi mendekati +1 atau -1 berarti terdapat hubungan yang kuat. sebaliknya korelasi yang mendekati nilai 0 berarti lemah. Apabila korelasi sama dengan 0, antara kedua variabel tidak terdapat hubungan sama sekali. Sedangkan apabila nilai korelasi sama dengan 1 berarti kedua variabel memiliki hubungan yang sempurna. Koefisien korelasi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$r = \frac{n \cdot \sum xy \sum x \cdot \sum y}{\sqrt{n \cdot \sum x^2} \sqrt{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Sumber: Sugiyono (2017:274)

Dimana :

- r = Koefisien Korelasi
- n = Banyaknya Responden
- x1 = Pengaruh *Relationship Marketing*
- x2 = Kualitas Layanan
- x3 = Pengiriman Barang
- y = Keputusan Pembelian

Kekuatan hubungan antar variabel ditunjukkan oleh besarnya nilai korelasi yang berkisar antara 0 dan 1.

**Tabel 3. 3**  
**Interprestasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval koefisien</b>	<b>Tingkat hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2011:184)

### 3.6.6 Uji Koefisien Determinasi

Koefisiensi determinasi ini digunakan untuk mengetahui prosentase pengaruh variable dependen terhadap perubahan variable dependen. Dengan rumus berikut:

$$R^2 = \frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y + b_3 \sum x_3 y}{\sum Y^2}$$

Sumber : Ghozali (2016:97)

Keterangan:

$R^2$  : koefisien determinasi

$b \sum XY$  : koefisien regresi antara variable

### 3.6.7 Uji t

Untuk mengetahui tingkat signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (masing-masing variabel) maka menggunakan statistik uji t Sugiyono (2016:184) dengan rumus:



$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber : Sugiyono dalam Fadlillah (2018:35)

Dimana :

t = Signifikan Korelasi

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden

n-2 = Derajat Kebebasan

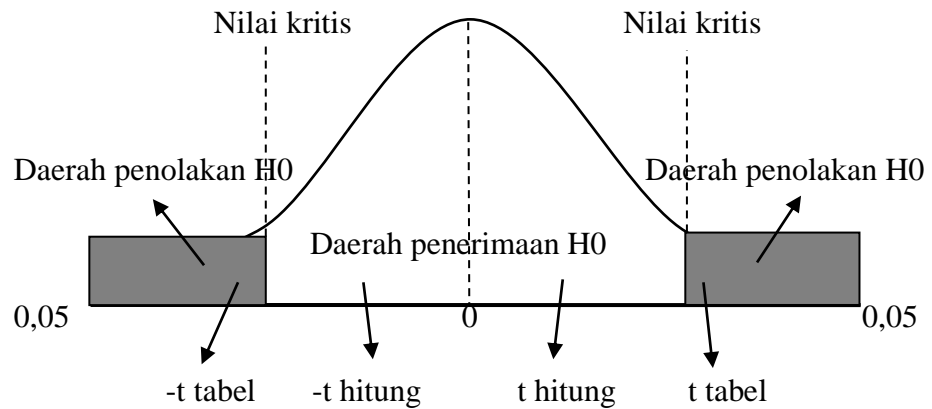
Dengan kriteria sebagai berikut:

Jika t hitung < t tabel, maka H0 diterima.

Jika t hitung > t tabel, maka H0 ditolak.

Langkah-langkah prosedur uji statistic adalah sebagai berikut:

1. H0:  $b_i = 0$ , tidak ada pengaruh variable Xi terhadap variable Y.  
Ha:  $b_i \neq 0$ , terdapat pengaruh variable Xi, terhadap variable Y.
2. Menentukan tingkat signifikan ( $\alpha$ ).
3. Hitung DF atau derajat kebebasan (DK) dengan rumus  $DF = n - 2$ .
4. Pada table student t, cari nilai t table atau nilai t kritis ( $t_\alpha$ ).
5. Kesimpulan: bandingkan nilai  $t_h$  dengan nilai  $t_\alpha$ . Bila  $t_h > t_\alpha$  maka H0 ditolak, berarti Ha diterima, yaitu terdapat pengaruh variable Xi terhadap variable Y. Bila  $t_h < t_\alpha$  maka H0 diterima, Ha ditolak



**Gambar 3. 1**  
**Kurva Daerah Penolakan Dan Penerimaan Hipotesis Dalam Uji t**

### 3.6.8 Uji F

Uji ini digunakan untuk menguji keberartian pengaruh dari seluruh variable independent secara bersama-sama terhadap variable dependen. Hipotesis ini dirumuskan sebagai berikut:  $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 > 0$ , atau  $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

Nilai F-hitung dapat dicari dengan rumus:

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

Sumber: Sugiyono (2017:35)

Dimana :

$R^2$  = Koefisien Determinan

M = Jumlah Variable

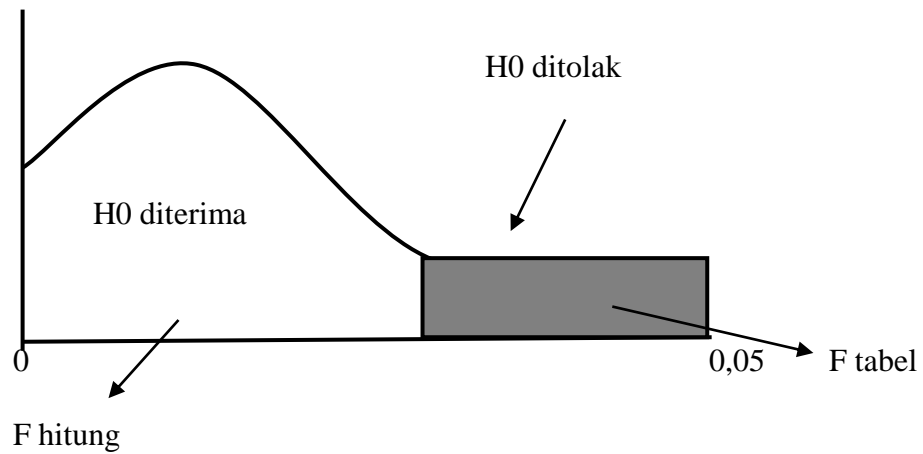
N = Jumlah Sampel

Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, ini berarti tidak terdapat pengaruh silmutan oleh variable X dan Y.

Langkah-langkah prosedur uji statistic adalah sebagai berikut:

1. Rumuskan hipotesis yang mencakup  $H_0$  dan  $H_a$

2. Tentukan tingkat signifikan ( $\alpha$ )
3. Hitung DF dengan rumus:  $df = n - k - 1$ .
4. Cari nilai table F dalam table distribusi F
5. Kesimpulan: Bandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Bila F hitung  $>$  F tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sebaliknya jika F hitung  $<$  F tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.



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

