

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Desain Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian eksplanasi. Penelitian eksplanasi adalah merupakan penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis terkait hubungan sebab-akibat (Kotler, 2006).

#### **3.2. Lokasi atau Obyek dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat dimana penelitian tersebut akan dilaksanakan. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Malang, Jawa Timur pada pengguna Shopee khususnya yang pernah melakukan pembelian melalui *live commerce* Shopee dalam satu tahun terakhir.

#### **3.3. Populasi, Sampel, dan Sampling**

##### **3.3.1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020).

Dalam penelitian ini, objek yang digunakan terletak pada *live commerce* Shopee dan subjeknya terletak pada pengguna shopee dengan karakteristik yang pernah melakukan transaksi atau pembelian di *live commerce* Shopee minimal satu kali dalam satu tahun.

##### **3.3.2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel dengan menyebarkan kuesioner secara *online* kepada pengguna Shopee yang melakukan pembelian melalui *live commerce* Shopee.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow. Menurut Riyanto & Hermawan (2020), perhitungan sampel dengan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti. Dalam menghitung jumlah populasi yang menggunakan rumus Lemeshow adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = derajat kepercayaan

p = nilai maksimal estimasi

d = tingkat kesalahan

Dalam penelitian ini, peneliti berasumsi bahwa penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow dengan nilai maksimal estimasi 80% dan tingkat kesalahan 5%. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,8 \cdot (1 - 0,8)}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,84 \cdot 0,8 \cdot 0,2}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,614}{0,0025}$$

$$n = 245,76$$

Berdasarkan perhitungan dari rumus Lemeshow, maka dapat diketahui bahwa responden yang diperlukan dalam penelitian ini adalah berjumlah 245,76 responden dan dibulatkan menjadi 246 responden.

### 3.3.3. Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2013). Terdapat berbagai teknik sampling diluaran sana dan salah satu teknik sampel yang digunakan penulis adalah *non-propability sampling*. *Non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang

atau kesempatan yang sama kepada setiap populasi untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2013).

Jenis teknik sampling yang digunakan adalah *quota sampling*. *Quota sampling* merupakan teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 246 sampel sesuai dengan jumlah yang sudah ditentukan.

### 3.4. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan suatu atribut, sifat, atau nilai dari objek serta kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Definisi operasional variabel melibatkan penentuan indikator atau tanda-tanda khusus yang digunakan untuk mengukur atau mengamati konsep yang ingin diteliti. Adapun variabel beserta operasionalnya akan dijabarkan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel**

<b>Definisi Operasional Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sumber</b>
<b>Sikap (X1)</b> , mengacu pada sejauh mana individu menilai perilaku tersebut menguntungkan atau tidak menguntungkan dalam sebuah situasi tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pandangan bahwa membeli suatu produk merupakan ide yang bagus.</li> <li>2. Pandangan bahwa produk yang dibeli penting.</li> <li>3. Pandangan bahwa suatu produk berkualitas.</li> </ol>	Garcia <i>et al.</i> (2020)
<b>Norma Subjektif (X2)</b> , didefinisikan sebagai pandangan orang lain	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya tren pembelian produk tertentu yang terjadi di kalangan</li> </ol>	Al-Swidi <i>et al.</i> (2014)

<b>Definisi Operasional Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sumber</b>
<p>yang penting bagi seorang individu dan memiliki pengaruh untuk memengaruhi proses pengambilan keputusannya (seperti keluarga, kerabat, kolega, rekan kerja, atau mitra bisnis, teman).</p>	<p>lingkungan sosial konsumen.</p> <p>2. Adanya keyakinan yang terbentuk di lingkungan sekitar konsumen bahwa produk tertentu merupakan pilihan yang terbaik.</p> <p>3. Lingkungan sosial dari konsumen akan memberikan pujian apabila konsumen memiliki produk tertentu.</p> <p>4. Adanya dukungan yang timbul dari lingkungan sosial konsumen untuk membeli produk tertentu.</p>	
<p><b>Kontrol Perilaku (X3)</b>, adalah keyakinan yang mencakup persepsi individu tentang memiliki keterampilan yang diperlukan, sumber daya, atau peluang untuk berhasil melaksanakan suatu kegiatan.</p>	<p>1. Kendali atas pengambilan keputusan pembelian sepenuhnya berada di tangan konsumen.</p> <p>2. Konsumen memiliki dana yang cukup untuk membeli produk yang diinginkan.</p>	<p>Bagher <i>et al.</i> (2018)</p>

Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
	3. Konsumen memiliki sumber daya waktu untuk membeli produk yang diinginkan.	
<b>Perilaku Pembelian (Y)</b> , adalah tindakan individu yang langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian atau tidak dari produk yang ditawarkan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memilih produk yang ditawarkan.</li> <li>2. Membeli produk yang ditawarkan.</li> <li>3. Memakai produk yang telah dibeli.</li> <li>4. Memanfaatkan produk yang telah digunakan.</li> </ol>	Prasetyo & Bodroastuti (2012)
<b>Niat Pembelian (Z)</b> , adalah tahap terakhir yang muncul dalam pikiran seseorang dan mencerminkan tindakan seseorang untuk membeli sesuatu yang diinginkannya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tertarik untuk mencari informasi tentang produk.</li> <li>2. Mempertimbangkan untuk membeli.</li> <li>3. Tertarik untuk mencoba.</li> <li>4. Ingin mengetahui produk.</li> </ol> <p>Keinginan memiliki produk.</p>	Picaully (2018)

Sumber: Prasetyo & Bodroastuti (2012), Picaully (2018), Garcia *et al.* (2020), Al-Swidi *et al.* (2014), Bagher *et al.* (2018)

### 3.5.Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer. Data primer mengacu pada data yang telah dikumpulkan secara langsung, pada penelitian ini hasil penyebaran kuesioner kepada responden yang pernah melakukan pembelian

pada *live commerce* Shopee paling tidak sekali dalam setahun tanpa minimal pembelian akan digunakan untuk mengolah data primer.

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah melalui kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi sekumpulan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2013). Kuesioner ini cocok digunakan apabila jumlah responden cukup banyak dan tersebar di wilayah yang luas. Dalam penelitian ini, penulis menyebarkan kuisisioner kepada responden yang pernah melakukan pembelian pada *live commerce* Shopee. Pengisian kuesioner dilakukan dengan cara mengisi secara *online* melalui *google form* yang disebarakan melalui WhatsApp dan Instagram.

### **3.6.Penskalaan Data**

Sugiyono (2016) menyatakan bahwa skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Penulis dalam melakukan skala pengukuran yaitu diukur menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2013). Dengan Skala Likert, variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan (kuesioner atau angket). Data diukur dengan skala likert 5 poin dengan rentang 1 sampai 5 dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Skala Likert digunakan untuk mengukur setuju atau tidak setuju terhadap subjek, objek atau kejadian tertentu. Setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert**

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2016)

### 3.7. Pengujian Instrumen

#### 3.7.1. Uji Instrumen Penelitian

##### 1. Uji Validitas

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subyek penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau setidaknya suatu kuesioner (Janna & Herianto, 2021). Suatu penelitian dianggap valid jika data yang terkumpul sesuai dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2021). Uji validitas pada setiap pertanyaan apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada taraf signifikan ( $\alpha = 0.05$ ) maka instrumen itu dianggap tidak valid dan jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen dianggap tidak valid.

##### 2. Uji Reliabilitas

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Data yang tidak reliabel, tidak dapat di proses lebih lanjut karena akan menghasilkan kesimpulan yang bias. Suatu alat ukur dikatakan reliabel jika pengukuran tersebut menunjukkan hasil-hasil yang konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018).

Untuk menghitung reliabilitas dapat menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan kriteria dari pengujian sebagai berikut:

- a. Jika nilai *cronbach's alpha*  $\alpha > 0.60$  maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik adalah reliabel atau terpercaya.

- b. Jika nilai *cronbach's alpha*  $< 0.60$  maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliabel.

### 3.7.2. Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel memiliki distribusi data yang normal atau tidak. Distribusi normal adalah distribusi yang simetris dan berbentuk lonceng, dengan sebagian besar nilai berpusat di sekitar nilai rata-rata.

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Kolmogorov-Smirnov*. Uji *Kolmogorov-Smirnov* merupakan suatu tes *goodness-of-fit*. Artinya, yang diperhatikan ialah tingkat kesesuaian antara distribusi teoritis. Uji ini menentukan apakah skor-skor dalam sampel secara masuk akal dianggap berasal dari populasi dengan distribusi tertentu. Berikut merupakan kriteria untuk melakukan uji *Kolmogorov-Smirnov* menurut Ghozali (2018) sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi  $> 0.05$ , maka data berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi  $> 0.05$ , maka data tidak berdistribusi normal.

#### 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik semestinya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Cara mengetahui ada tidaknya multikolinieritas yaitu dengan cara memperhatikan angka *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Apabila nilai VIF  $< 10$  dan nilai *tolerance*  $> 0.1$  maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independennya (Ghozali, 2018).

#### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ketika perbedaan nilai residual antar pengamatan tidak konsisten atau tidak memiliki pola yang



tetap, disebut heteroskedastisitas. Jika tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, model regresi diartikan baik.

Deteksi ada tidaknya *problem* heteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan uji *Rank Spearman*. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka data tersebut bersifat homogen, sedangkan jika nilai signifikansi kurang dari 0.05 maka data tersebut bersifat heterogen. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.8. Metode Analisis Data

#### 3.8.1. Rentang Skala

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, yaitu alat statistik yang digunakan untuk menguraikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sesuai dengan kenyataan, tanpa bertujuan untuk menarik kesimpulan umum atau membuat generalisasi. Metode statistik deskriptif yang diterapkan meliputi penggunaan *mean* dan standar deviasi. Penggunaan analisis deskriptif pada penelitian ini difokuskan pada analisis pertanyaan tertutup menggunakan metode analisis rentang skala.

Penentuan rentang skala dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$Rs = \frac{n(m - 1)}{m}$$

Keterangan:

Rs = rentang skala

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban

Berdasarkan rumus rentang skala tersebut, peneliti dapat menghitung rentang skala dengan hasil:

$$Rs = \frac{246(5 - 1)}{5}$$

$$Rs = 196,8$$

Adapun tabel rentang skala dari perhitungan diatas sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Skor Rentang Skala**

<b>Rentang Skala</b>	<b>Sikap</b>	<b>Norma Subjektif</b>	<b>Kontrol Perilaku</b>	<b>Niat Pembelian</b>	<b>Perilaku Pembelian</b>
246 – 443	Sangat negatif	Sangat tidak penting	Sangat tidak yakin	Sangat tidak berniat	Sangat tidak sering
444 – 641	Negatif	Tidak penting	Tidak yakin	Tidak berniat	Tidak sering
642 – 839	Netral	Ragu-ragu	Ragu-ragu	Biasa	Kadang-kadang
840 – 1.037	Positif	Penting	Yakin	Berniat	Sering
1.038 – 1.235	Sangat positif	Sangat penting	Sangat yakin	Sangat berniat	Sangat sering

Sumber: Data primer diolah, 2024

### **3.8.2. Analisis Jalur (*Path Analysis*)**

Menurut Ghozali (2018) analisis jalur merupakan penggunaan analisis regresi untuk memperkirakan hubungan sebab akibat antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Analisis jalur digunakan untuk menghubungkan keterkaitan antara variabel bebas dan variabel terikat. Teknik analisis ini merupakan pengembangan dari analisis regresi linier berganda yang mana analisis jalur mampu menganalisa model yang lebih kompleks yang tidak dapat dianalisa oleh analisis regresi biasa. Analisis jalur digunakan untuk menguji keselarasan matriks korelasi dengan dua atau lebih model hubungan sebab akibat yang dibandingkan oleh peneliti berdasarkan hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya.

### **3.8.3. Uji Hipotesis**

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Uji T (Uji Parsial). Uji T digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen

yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2021). Uji T merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2021). Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti. Rumus uji T adalah sebagai berikut:

$$t_{hit} = \frac{b_i}{se}$$

Keterangan:

$b_i$  = nilai estimasi parameter  $b_i$

$se$  = standart error  $b_i$

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $t$  hitung dengan  $t$  tabel, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika  $t$  hitung  $< t$  tabel dan nilai  $\alpha > 0.05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
2. Jika  $t$  hitung  $> t$  tabel dan nilai  $\alpha < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.