

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini dilakukan pada salah satu *brand* yaitu Rosellacloset. Rosellacloset merupakan salah satu brand di Tulungagung yang bergerak dibidang *fashion* wanita dengan memanfaatkan perkembangan teknologi penjualan melalui *e-commerce* dengan memanfaatkan *platform* sosial media.

B. Jenis Penelitian

Kuantitatif merupakan penelitian yang nantinya berdasar atas filsafat positifisme yang dipakai untuk melaksanakan penelitian terhadap populasi tertentu dimana bertujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan (Sugiyono, 2020). Pengambilan sampel dilakukan secara acak dan data dikumpulkan menggunakan instrument penelitian. Tujuan dari analisis data bersifat kuantitatif atau statistik adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Gunarsih dkk., 2021). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif eksplanatori. Menurut Sugiyono (2020) penelitian kuantitatif eksplanatori adalah metode penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang mempengaruhi hipotesis penelitian.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi sebagai wilayah generalasi yang terdiri atas obyek atau sumber yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Niarti, 2021). Populasi dapat dikatakan sebagai suatu objek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat atau ciri tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian dan kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2020). Sehubungan dengan penjelasan tersebut, populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua orang yang pernah melakukan keputusan pembelian Rosellacloset Tulungagung pada *marketplace* Shopee.

2. Sampel

Sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Hamzah & Awaliyah, 2020). Banyak sampel yang digunakan sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator yang digunakan dan ukuran sampel yang sesuai berkisar 100-200 responden, dengan asumsi $n \times 5$ observed variabel (indikator) sampai dengan $n \times 10$ observed variabel (indikator) (Permatasari dkk., 2020).

Pada penelitian ini menggunakan rumus dari Ferdinand (2014) dan menghasilkan sebagai berikut, dengan total indikator pada penelitian ini berjumlah 18 indikator maka jumlah sampel yang diambil dalam

penelitian ini yaitu $18 \times 10 = 180$ sampel minimum. Sampel yang dipilih dalam penelitian ini yaitu konsumen Rosellacloset yang pernah melakukan pembelian melalui *marketplace* Shopee. Dalam penelitian ini penyebaran kuesioner melalui social media seperti Instagram dan Whatsapp.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti yaitu teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana tidak semua individu dalam populasi diberi kesempatan yang sama untuk ditugaskan menjadi anggota sampel dengan menggunakan teknik pendekatan *purposive sampling* (Septiani dkk., 2020). Pengertian *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan *purposive sampling* karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan yang ditentukan (Saputri, 2019). Kriteria yang diharapkan oleh penulis untuk dijadikan sampel yaitu :

- a. Remaja sampai wanita dewasa, dengan usia sekitar 17-45 tahun.
- b. Pernah melakukan pembelian produk Rosellacloset Tulungagung pada *marketplace* Shopee.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel 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 (Yudita & Sugiyono, 2021). Definisi operasional variabel digunakan untuk menjelaskan pengertian dari setiap variabel independen dan variabel dependen (Wulandari & Efendi, 2022).

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
1.	Harga (X1) Persepsi konsumen terhadap harga produk Rosellacloset Tulungagung.	1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3. Daya saing harga. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk.	Prilano dkk., (2020)
2.	Kualitas Produk (X2) Persepsi konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan Rosellacloset Tulungagung.	1. <i>Performance</i> (kinerja). 2. <i>Features</i> (fitur). 3. <i>Conformance to specifications</i> (kesesuaian dengan spesifikasi). 4. <i>Reliability</i> (reabilitas). 5. <i>Durability</i> (daya tahan). 6. <i>Aesthetics</i> (estetika).	Pasaribu (2022)
3.	<i>Live Streaming Shopping</i> (X3) Persepsi konsumen terhadap kegiatan <i>live streaming shopping</i> penawaran di Rosellacloset Tulungagung.	1. Waktu promosi. 2. Diskon atau promosi. 3. Deskripsi produk. 4. <i>Visual marketing</i> .	Ramadhon dkk., (2023)
4.	Keputusan Pembelian (Y) Keputusan konsumen dalam menentukan	1. Kemantapan dalam sebuah produk. 2. Kebiasaan dalam membeli produk.	Kotler & Keller (2016)

membeli suatu produk di Rosellacloset Tulungagung.	3. Direkomendasi pada orang lain. 4. Adanya pembelian ulang.	
--	---	--

E. Data dan Sumber Data

Dalam penelitian menggunakan data primer, yaitu data yang tidak terdapat perantara ketika memperolehnya atau didapatkan dari sumbernya secara langsung (Khasanah dkk., 2021). Data primer dapat diperoleh dengan wawancara dan pengisian kuesioner untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan *live streaming shopping* terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, data didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner atau angket dalam Google Form kepada responden yang telah ditentukan. Responden tersebut merupakan konsumen Rosellacloset yang pernah melakukan pembelian pada *marketplace* Shopee di Tulungagung.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Untuk mendapat data tersebut diperlukan teknik-teknik pengumpulan data (Adhinda dkk., 2022). Teknik pengumpulan data terdiri dari angket atau kuesioner. Data dalam penelitian ini, pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner atau angket dalam Google Form kepada responden melalui *platform* Whatsapp dan Instagram. Kuesioner merupakan teknik yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan tertulis yang dijawab langsung oleh responden (Sugiyono, 2020). Pemberian skor akan menggunakan teknik skala likert 1-5. Skala likert adalah metode yang mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok

orang tentang fenomena sosial. Dengan menyatakan puas dengan ketidakpuasan terhadap subyek, objek atau kejadian tertentu (Syahidin & Adnan, 2022). Peneliti akan membuat kuesioner atau angket yang nantinya akan disebarkan oleh konsumen Rosellacloset Tulungagung yang pernah melakukan pembelian melalui *marketplace* Shopee.

G. Teknik Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk mengadopsi skala likert. Skala likert adalah metode yang mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan menyatakan puas dengan ketidakpuasan terhadap subyek, objek atau kejadian tertentu (Syahidin & Adnan, 2022).

Dengan skala ini responden diminta untuk memberikan respon terhadap setiap pertanyaan dengan cara memilih salah satu jawaban yang tersedia, jawaban setiap indikator dan item-item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai skor sebagai berikut :

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Simbol	Keterangan	Skor
1.	SS	Sangat Setuju	5
2.	S	Setuju	4
3.	N	Netral	3
4.	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

H. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid (Janna, 2021). Uji validitas digunakan untuk menguji tingkat validitas dari kuesioner yang dibuat. Instrumen yang valid akan memiliki (r) dari r hitung lebih besar daripada r tabel (Sugiyono, 2020). Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Janna (2021), menyebutkan reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali.

I. Teknik Analisis Data

Tehnik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan aplikasi pengolah data SPSS (*Statistical Program For Social Science*) dengan tujuan mendapatkan hasil perhitungan yang akurat. Setelah

data dari semua responden terkumpul, langkah selanjutnya adalah analisis data yaitu cara yang harus dilakukan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini (Sugiyono, 2013). Teknik analisis data yang digunakan yaitu:

1. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui data model regresi, variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas). Penelitian dikatakan normal apabila memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$) (Ghozali, 2018).

- b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan dalam analisis regresi untuk memastikan bahwa tidak ada korelasi signifikan antara variabel bebas (Ghozali, 2018). Multikolinieritas terjadi ketika ada korelasi yang kuat antara dua variabel, atau lebih variabel bebas dalam model regresi. Hal ini dapat mempengaruhi akurasi estimasi dan interpretasi koefisien regresi.

Ada 2 metode untuk melakukan analisis regresi multikolinieritas, diantaranya adalah Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor). Nilai Tolerance menunjukkan seberapa variabel dari satu variabel bebas yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Sebaliknya, VIF mengukur seberapa banyak varians dari suatu koefisien regresi yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas lain dalam model.

Umumnya, jika nilai Tolerance kurang dari 0.1 atau VIF lebih dari 10, hal ini menunjukkan adanya multikolinearitas dalam model.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2018). Salah satu metode uji heteroskedastisitas adalah uji Glejser. Dalam uji Glejser, jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda adalah regresi yang memiliki satu variable dependent (tidak bebas) dan lebih dari satu variable independen (bebas). Analisa ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel, apakah masing-masing variable independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Dikatakan regresi linier berganda jika ada lebih dari satu variabel bebas atau variabel terikat. Sebaliknya, dikatakan regresi linier sederhana apabila

hanya ada satu variabel bebas dan satu variabel terikatnya (Adiguno, 2022). Rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas Produk

X_3 = Live Streaming Shopping

B = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) memiliki tujuan untuk melihat seberapa jauh kemampuan variabel bebas yaitu harga, kualitas produk, dan *live streaming shopping* dapat mempengaruhi variabel terikat yaitu keputusan pembelian yang diketahui dengan melihat R Square.

Pengujian ini menghasilkan nilai diantara 0 dan 1 kemudian hasilnya akan dikalikan 100 sehingga persentase pengaruh variabel harga, kualitas produk, dan *live streaming shopping* terhadap keputusan pembelian dapat diketahui (Ghozali, 2018).

J. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Menurut (Ghozali, 2018), uji t digunakan dalam penelitian untuk menentukan pengaruh variabel independen secara individu atau parsial terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis terdiri dari:

- a) Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka (H_0) ditolak dan (H_a) diterima
- b) Jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, maka (H_0) diterima dan (H_a) ditolak

Uji t digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas (X) yaitu harga, kualitas produk, *live streaming shopping* terhadap variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian. Untuk menguji apakah suatu variabel independen signifikan atau tidak dengan variabel dependen dapat dilihat dari nilai probabilitasnya (Ghozali, 2018). Apabila nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan nilai signifikannya $< 0,05$ (5%), maka secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis diterima atau ditolak digunakan rumus sebagai berikut :

$$t \text{ hitung} = \frac{b}{Sb}$$

Keterangan:

t = besarnya t hitung

b = Koefisien regresi

Sb = Standar error atau standar deviasi

Jika t hitung $>$ t tabel; maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya, variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan *Live Streaming Shopping* (X3) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan jika nilai t hitung $\leq t$ tabel; maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya, Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan *Live Streaming Shopping* (X3) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Rosellacloset Tulungagung pada *Marketplace* Shopee.

