

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah jenis data yang diukur sebagai variabel angka atau bilangan secara persial (Tjiptono, 2019)

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini akan menjadi tempat penelitian untuk mengambil data yang nantinya akan membatu peneliti dalam penelitian. Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Malang kampus III yang berlokasi di jalan Tlogomas no.246.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

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 (Widayat, 2004). Objek pada penelitian ini yaitu pengguna *marketplace* tokopedia.

2. Sampel

Menurut Fraenkel & Wallen (2012), menyarankan jumlah sampel minimum penelitian sebanyak 100. Maka Jumlah sampel pada penelitian ini akan di sebar sebanyak banyaknya pada mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Malang sehingga mencapai 100 responden, maka peneliti akan menghentikan penyebaran kuesioner karena telah memenuhi jumlah minimum sampel yang diinginkan.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014). Pertimbangan atau kriteria kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a.) Responden merupakan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang.
- b.) Pernah bertransaksi atau melakukan pembelian di *marketplace* Tokopedia.

D. Definisi Operasional

Operasional merupakan penjelasan tentang bagaimana operasi atau kegiatan yang harus dilakukan untuk memperoleh data atau indikator yang menunjukkan indikator yang dimaksud (Widayat, 2004) Adapun variabel penelitian beserta definisi operasionalnya dijelaskan dalam Tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Sumber
1.	<i>Brand ambassador</i> (X1)	BTS & Blackpink merupakan <i>brand ambassador</i> yang dipilih oleh Tokopedia untuk menarik dan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian pada <i>marketplace</i> .	<ol style="list-style-type: none"> a. <i>Trustworthy</i> (kepercayaan) b. <i>Expertise</i> (keahlian) c. <i>Physical Attractiveness</i> (daya Tarik fisik) d. <i>Personal Image</i> (citra diri) (Shimp,2014)
2.	Kepercayaan (X2)	Kepercayaan merupakan keyakinan konsumen mengenai <i>marketplace</i>	<ol style="list-style-type: none"> a. Memberi informasi yang jelas

No.	Variabel	Definisi Operasional	Sumber
		yang dipercaya untuk melakukan pembelian suatu produk.	b. Jaminan kerahasiaan c. Jaminan keamanan d. Kompensasi kerugian. (Rifqi Nugroho, 2013)
3.	Persepsi harga (X3)	Persepsi Harga adalah pandangan konsumen mengenai kesesuaian harga dan manfaat suatu produk yang di tawarkan.	a. Keterjangkauan harga. b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. c. Kesesuaian harga dengan manfaat d. Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga (kotler & Amstrong, 2009)
4.	Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah sebuah kondisi di mana konsumen memilih dan menentukan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang sudah diseleksi pada <i>marketplace</i> .	a. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi mengenai produk b. Memutuskan m membeli karena merek yang paling disukai c. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan d. Membeli karenamendapat rekomendasi dari orang (Kotler & Keller, 2008)

E. Jenis Dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang diperoleh dalam bentuk angka yang dapat dihitung. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden (Sugiyono, 2017). Data primer dikumpulkan dari hasil pengisian kuesioner responden melalui kuesioner *online (google form)* dengan jumlah responden yaitu 100 orang.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuesioner (angket) dan gabungan ketiganya (Widayat, 2004). Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Dalam kuesioner ini nantinya terdapat seperangkat pertanyaan yang akan diajukan kepada responden dan di sebar ke mahasiswa/i dengan menggunakan QR Code.

G. Teknik Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Widayat, 2004). Fenomena sosial yang ditatapakan yaitu: *brand ambassador*, kepercayaan, dan persepsi harga. Setiap Jawaban dari pertanyaan akan diberi skor untuk keperluan penelitian. Jawaban dari responden akan dibagi menjadi lima tingkatan yaitu:

Tabel 3.2 Skala Likret

Keterangan	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Sumber: Sugiyono

H. Teknik Pengujian Instrumen

Teknik pengujian instrument akan dimulai dari uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS versi 23.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2014).

Menguji valid atau tidaknya instrumen penelitian menggunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi

n = Banyaknya subjek

X = Nilai Pemanding

Y = Nilai dari instrument yang dicari validitasnya

Perhitungan uji validitas dari setiap variabel akan menggunakan SPSS versi 23, dengan syarat validitas yang harus di penuhi memiliki kriteria sebagai berikut :

- a.) Jika $r > r$ tabel (pada taraf signifikan 5%), maka item pertanyaan kuesioner adalah valid
- b.) Jika $r < r$ tabel (pada taraf signifikan 5%) maka item pertanyaan kuesioner adalah tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Suatu variabel dikatakan reliabel apabila kriteria suatu pengujian menunjukkan nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$), maka ukuran kuesioner yang dipakai sudah reliabel (Sugiyono:2014). Rumus *alpha croanbach* seperti berikut:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan

r = reliabilitas instrument

K = banyaknya pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah butir pertanyaan

σ_t^2 = jumlah variasi total

I. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi berganda, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, agar data sampel yang diolah benar – benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan untuk melakukan pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Deteksi normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan *kolmogrov Smirnov*, jika $> 0,05$ maka data terdistribusi normal, dan sebaliknya.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan menguji apakah dalam regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengandung korelasi di antara variabel-variabel independennya. Metode untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Batas *tolerance value* adalah 0,10 atau nilai *VIF* adalah 10. Jika *tolerance value* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 maka tidak terjadi (Ghozali, 2013:106).

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke

pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika *variance* berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan uji gletser, dengan kriteria apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heterokedastisitas. Sedangkan apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka terjadi heterokedastisitas. (Ghozali, 2013:139).

J. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Menurut Ghozali (2013: 93) teknik analisis linier berganda adalah studi mengenai ketergantungan variabel terikat (dependen) dengan satu atau lebih variabel bebas (independen), dengan tujuan mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel independen yang diketahui. Analisis ini menguji data mengenai pengaruh antara variabel bebas (X) yaitu, faktor *brand ambassado* (X1), faktor kepercayaan (X2), dan faktor persepsi harga (X3) dengan variabel terikat (Y) keputusan pembelian. Persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = konstanta

X_1 = Variabel *brand ambassador*

- X_2 = Variabel kepercayaan
- X_3 = Variabel persepsi harga
- b_1 = Koefisiensi regresi *brand ambassador*
- b_2 = Koefisiensi regresi kepercayaan
- b_3 = Koefisiensi regresi persepsi harga
- e = *Error*

K. Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dan mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi 0,05 (Ghozali, 2013). Kriteria pengujian :

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka diterima H_a ditolak.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka ditolak H_a diterima.

Rumus yang dapat digunakan yaitu:

$$t_{hitung} = \frac{b}{sb}$$

Keterangan :

b = parameter estimasi

sb = standar error

$H_o = \beta_1 = 0$

2. Uji f

Uji f difungsikan untuk mendapati apakah semua variabel bebas secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat. Rumus yang dapat digunakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi yang telah ditentukan

K = jumlah varian independen

n = jumlah sampel

F = f_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan membandingkan dengan f_{tabel}

Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan nilai f_{hitung} dengan nilai f_{tabel} yang terdapat dalam tabel (F_t) pada derajat bebas tertentu yaitu $n - K - 1$ dengan taraf nyata atau signifikan sebesar 5% (0,05).

Kriteria pengujian:

- a. $f_{hitung} > f_{tabel}$: maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. $f_{hitung} \leq f_{tabel}$: maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang dikatakan tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.