

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. Penelitian dilakukan di Universitas Muhammadiyah Malang yang berlokasi di jalan Tlogomas no.246. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena subjek pada penelitian ini adalah mahasiswa dari Universitas Muhammadiyah Malang. Salah satu Universitas yang besar dan memiliki banyak mahasiswa, dengan demikian memiliki karakteristik mahasiswa yang multikultural yang nantinya dapat memberikan jawaban beragam.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan hubungan kausal dimana data penelitian berupa angka-angka dan di analisis menggunakan statistik. Penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Survei adalah metode riset yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu dan menggunakan kuesioner sebagai salah satu alat penggalan data.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yaitu sekumpulan objek yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian (penelaahan) dengan ciri mempunyai karakteristik yang sama. Sedangkan, menurut Sugiyono populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna shopee mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang yang menjadi konsumen atau pengguna *marketplace* Shopee.

2. Sampel

Rumus yang akan digunakan untuk menentukan jumlah sampel yaitu rumus Lemeshow (1997) hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Berikut rumus Lemeshow :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Maka berdasarkan hasil jumlah sampel yang di butuhkan dalam penelitian adalah 96 responden yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam metode ini digunakan purposive sampling. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yang merupakan teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kriteria tertentu. Teknik purposive sampling ini merupakan sebuah teknik penentuan sampel dengan mempertimbangkan khusus sehingga layak untuk dijadikan sampel.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam metode ini digunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metodologi pengambilan sampel secara acak dimana kelompok sampel ditargetkan memiliki atribut-atribut tertentu. Metode ini dapat digunakan pada banyak populasi, tetapi lebih efektif dengan ukuran sampel yang lebih kecil dan populasi yang lebih homogen. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kriteria tertentu.

E. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2018) operasional variabel adalah atribut-atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1	Kemudahan Penggunaan	Kemudahan penggunaan adalah persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan	a. Mudah untuk berinteraksi b. Mudah melakukan

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
		sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Romadloniyah & Prayitno, 2018)	transaksi c. Mudah memperoleh produk d. Mudah untuk digunakan
2	Harga	Harga merupakan nilai tukar yang disetarakan dengan uang agar mendapat hak kepemilikan atau hak pakai dari barang atau jasa (Ilmiyah & Krishernawan, 2020)	a. Kesesuaian harga dengan kualitas produk b. Kesesuaian harga dengan manfaat c. Harga bersaing
3	Promosi	Promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran suatu produk barang ataupun jasa. Promosi adalah suatu bidang kegiatan marketing dan merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan (<i>information</i>), membujuk (<i>persuasion</i>) dan mempengaruhi (<i>influence</i>) (Handoko, 2017)	a. Jangkauan promosi b. Kualitas promosi c. Kuantitas promosi d. Waktu promosi
4	Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian adalah suatu proses psikologis yang dilalui oleh Konsumen atau pembeli, prosesnya yang diawali dengan tahap menaruh perhatian (<i>attention</i>) terhadap barang atau jasa yang kemudian jika berkesan dia akan melangkah ke tahap ketertarikan (<i>interest</i>) untuk mengetahui lebih jauh tentang keistimewaan produk atau jasa tersebut yang jika intensitas ketertarikannya kuat berlanjut ke tahap berhasrat/berminat (<i>desire</i>) karena barang atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan	a. Kemantapan pada sebuah produk b. Kebiasaan dalam membeli produk c. Kecepatan dalam membeli sebuah produk

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
		kebutuhan-kebutuhannya (Ardianti & Widiartanto, 2019)	

Sumber : data diolah, 2023

F. Data dan Sumber Data

Data primer merupakan data yang berasal dari sumber pertama dan dicari menggunakan narasumber atau orang yang menjadi objek penelitian sebagai sarana memperoleh data. Sumber data primer diperoleh menggunakan responden atau angket yang melalui kuesioner yang diisi oleh mahasiswa UMM yang pernah melakukan pembelian pada shopee.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Survei adalah metode riset yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu dan menggunakan kuesioner sebagai salah satu alat penggalian data.

H. Teknik Pengukuran Data

Pengelompokan menggunakan skala likert salah satu sarana untuk memudahkan responden untuk menjawab, di dalamnya terdapat fitur pengelompokan pernyataan dan penilaian yang dimulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator jawaban seperti instrument yang digunakan pada

skala likert. Jawaban responden berupa pilihan dari 5 (lima) alternatif yang ada pada tabel

Tabel 3.2 Skala Likert

Pernyataan	Penilaian
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

I. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang mengukur sejauh mana ketepatan suatu alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurnya. Atau bisa dikatakan suatu instrumen pengukur dapat dinyatakan validitas tinggi apabila alat ukur bisa menjalankan kinerja fungsi ukurnya atau bisa memberikan hasil ukur yang sesuai. Menurut Ghozali (2013) menyatakan bahwa suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Di dalam penelitian ini, menggunakan dasar dalam pengambilan keputusan dalam uji validitas dengan dilakukan ketentuan item kuesioner dinyatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel (pada taraf signifikan 5%). Sedangkan jika r hitung $<$ r tabel (pada taraf signifikan 5%), maka item kuesioner dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2011), reliabilitas sendiri sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau

konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Maka semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu alat pengukur maka semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha, suatu konstruk atau variabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,6$.

J. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah asumsi yang dibutuhkan dalam regresi terpenuhi atau bebas dari gangguan multikolinieritas, heteroskedastisitas, agar hasilnya lebih akurat dan prosesnya lebih cepat.

1. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011), "Multikolinieritas adalah keadaan dimana antara dua variabel independent atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi di antara variabel independen".

Menurut Ghozali (2011), untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas di dalam sebuah regresi dapat dicermati dari hal berikut:

- a) Nilai *tolerance*-nya $> 0,1$ dan *VIF* < 10 , maka tidak terjadi multikolinieritas.
- b) Jika nilai *tolerance*-nya $< 0,1$ dan *VIF* > 10 , maka terjadi multikolinieritas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyono (2015), “Uji heterokedasitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual antar satu observasi dengan observasi yang lain. Jika varian dari residual yang menunjukkan bervariasi dari observasi maka disebut heterokedasitas, sedangkan model regresi yang baik adalah tidak terjadinya heterokedasitas”.

Untuk mengetahui apakah terjadi Heteroskedastisitas atau tidaknya maka menggunakan uji glejser. Uji glejser berguna untuk meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residual nya. Dikatakan signifikan apabila nilai variabel independen dengan residual $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedasitas.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residu terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residu yang terdistribusi normal. Tes normalitas karena itu tidak dilakukan untuk setiap variabel, tetapi untuk nilai residual. Seringkali kesalahan terjadi yaitu bahwa tes normalitas dilakukan untuk setiap variabel. Ini tidak dilarang, tetapi model regresi memerlukan normalitas dalam nilai residual bukan dalam variabel penelitian. Uji normalitas dilakukan dengan menguji nilai residual dari persamaan regresi dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Dengan menggunakan keputusan uji normalitas :

- a) Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka H_0 diterima atau data yang ada dinyatakan normal.
- b) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau data dinyatakan tidak normal.

K. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa dalam menguji model pengaruh dan hubungan variabel bebas yang lebih dari dua variabel terhadap variabel dependen, dapat menggunakan persamaan regresi linier berganda (multiple linear regression method). lebih, juga menunjukkan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Model dalam penelitian ini adalah:

$$y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

y = Keputusan pembelian

α = Constanta

β_1 = Koefisien regresi variabel X1 (kemudahan penggunaan)

X1 = Kemudahan penggunaan

β_2 = Koefisien regresi variabel X2 (Harga)

X2 = Harga

β_3 = Koefisien regresi dari variabel X3 (Promosi)

X3 = Promosi

e = Standar error

L. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka perlu dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang sudah diacuhkan dalam ini. Adapun metode yang digunakan yaitu sebagai berikut:

1. Uji F

Menurut Ghozali dan Imam (2011), Uji signifikansi simultan (statistik F) untuk mengetahui apakah variabel independen atau bebas secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut, Uji F dilakukan dengan ketentuan:

- a) Apabila nilai signifikansi $< (0,05)$, maka dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Daya Beli atau (diterima).
- b) Apabila nilai signifikansi $> (0,05)$, maka dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, dan Promosi secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Daya Beli atau (ditolak).

2. Uji t

Uji t menurut Ghozali dan Imam, (2011) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap dependen. Atau bisa disebut uji t ini digunakan untuk mengetahui secara parsial. Kesimpulan pengambilan keputusan berdasarkan hasil pengujian adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi $t < (0,05)$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima. Yang berarti secara parsial variabel bebas (independen) berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen).
- b) Jika nilai signifikansi $t > 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak. Hal ini berarti secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

M. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (Adjusted R Square) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai Adjusted R Square sebesar 1, berarti fluktuasi variabel dependen seluruhnya dapat dijelaskan oleh variabel independen dan tidak ada faktor lain yang menyebabkan fluktuasi variabel dependen. Jika nilai Adjusted R Square berkisar antara 0 sampai dengan 1, berarti semakin kuat kemampuan variabel independen dapat menjelaskan fluktuasi variabel dependen (Ghozali, 2011).