

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian survei yang bisa digunakan untuk mendapatkan data yang sedang terjadi dimasa saat ini atau masa lampau mengenai keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis mengenai variabel yang sosiologis ataupun psikologis melalui sampel yang diambil dari populasi tertentu, tehnik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan (Sugiyono, 2016:81). Sedangkan jenis penelitian ini menurut tingkat eksplanasinya adalah penelitian asosiatif yaitu penelitian yang berusaha untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2012:11).

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Gresik yang berlamatkan di Jl. Sumatera No. 101, Randuagung, Kec. Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61121.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2016:148), Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subyek yang mempunyai kuantitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. Didalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik angkatan tahun 2019 yang pernah melakukan pembelian di Shopee.co.id.

### **3.3.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2016:149), Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasinya besar, dan peneliti tidak mungkin bisa untuk mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena ada keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti bisa menggunakan sampel yang diambil dari populasi saja. Teknik yang digunakan peneliti untuk penelitian ini yaitu dengan cara menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang dan tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsure atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018:184).

Teknik *non probability sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel ini memakai *incidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang secara kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti bisa digunakan sebagai sampel, apabila dilihat orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Pengambilan sampel dilakukan karena peneliti tidak mungkin meneliti seluruh populasi yang relatif besar. Adapun jumlah sampel menggunakan teori Ferdinand (2011:215) dalam multivariate ini penentuan jumlah minimal sampel dihitung berdasarkan pada rumus :

$$\begin{aligned} N &= ( 25 \times \text{variabel independen} ) \\ &= ( 25 \times 4 \text{ variabel independen} ) \\ &= 100 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Dari perhitungan tersebut ditentukan 100 responden sebagai sampel penelitian yaitu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik Angkatan Tahun 2019 yang pernah melakukan pembelian di Shopee.co.id karena itu sudah dianggap dapat mewakili dari konsumen yang pernah melakukan pembelian di Shopee.co.id.

### **3.4 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.4.1 Jenis Data**

Didalam penelitian ini, jenis data yang digunakan oleh peneliti adalah jenis Data Primer. Data primer merupakan data yang didapat secara langsung dari lapangan dan obyek penelitiannya sesuai dengan variabel yang diteliti kemudian diolah. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah jawaban responden berdasarkan indikator variabel Promosi  $X_1$ , Harga  $X_2$ , Kualitas Informasi  $X_3$ , Persepsi Risiko  $X_4$  dan Keputusan Pembelian *Online*  $Y$  yang diajukan kepada responden.

#### **3.4.2 Sumber Data**

Sumber data yang didapatkan dalam penelitian ini berasal dari data konsumen yang pernah melakukan pembelian *Online* di Shopee.co.id.

### **3.5 Teknik Pengambilan Data**

Teknik pengambilan data yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang

tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono 2012:142). Kuisioner dalam penelitian ini responden akan diberikan pertanyaan-pertanyaan mengenai Promosi  $X_1$ , Harga  $X_2$ , Kualitas Informasi  $X_3$ , Persepsi Risiko  $X_4$  dan Keputusan Pembelian *Online*  $Y$  di Shopee.co.id. Dalam penelitian ini digunakan daftar pertanyaan bersifat tertutup, yang dimana alternatif jawabannya telah disediakan.

### **3.6 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel**

#### **3.6.1 Identifikasi variabel**

Identifikasi perlu dilakukan untuk memberi gambaran serta acuan yang ada didalam penelitian, berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan oleh peneliti, variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu terdiri dari variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat) yang diuraikan sebagai berikut :

##### 1. Variabel Independent / Bebas

Variabel bebas merupakan tipe variabel yang memengaruhi variabel lain atau variabel yang menjadi sebab timbulnya variabel terikat Dependent. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu :

- a. Promosi ( $X_1$ )
- b. Harga ( $X_2$ )
- c. Kualitas Informasi ( $X_3$ )
- d. Persepsi Risiko ( $X_4$ )

##### 2. Variabel dependent / Terikat

Variabel terikat merupakan tipe variabel yang bisa dipengaruhi oleh variabel independent atau variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian *online* ( $Y$ ).

### 3.6.2 Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang terkait adalah Promosi, Harga, Kualitas Informasi, Persepsi Risiko, dan Keputusan Pembelian *Online*, definisi operasional variabel didalam penelitian ini bisa diuraikan sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional**

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>
Promosi	Promosi Shopee dimana konsumen merasa bahwa Shopee sudah menampilkan iklan yang menarik di TV dan memberikan promosi penjualan melalui potongan harga.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Periklanan (<i>Advertising</i>)</li><li>2. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)</li><li>3. Publisitas dan Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)</li><li>4. Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>)</li></ol>
Harga	Harga yang ditetapkan oleh Shopee terjangkau oleh konsumen dan mampu bersaing dengan <i>marketplace</i> lainnya.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Keterjangkauan Harga</li><li>2. Harga Sesuai Kemampuan atau Daya Saing</li><li>3. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk</li><li>4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat</li></ol>

Kualitas Informasi	Kualitas Informasi di Shopee selalu memberikan informasi yang terbaru dan informasinya jelas serta mudah dipahami oleh konsumen mengenai produk yang dijualnya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sesuai dengan Kebutuhan</li> <li>2. Mudah di Pahami</li> <li>3. Terpercaya</li> </ol>
Persepsi Risiko	Risiko transaksi, produk, dan psikologis ketika berbelanja di Shopee tidak ada sehingga konsumen nyaman berbelanja di Shopee.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Risiko Produk</li> <li>2. Risiko Transaksi</li> <li>3. Risiko Psikologis</li> </ol>
Keputusan Pembelian	Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di Shopee disebabkan oleh promosi melalui potongan harga dan harganya terjangkau mampu bersaing dengan <i>marketplace</i> lainnya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan Masalah</li> <li>2. Pencarian Informasi</li> <li>3. Evaluasi</li> <li>4. Keputusan Pembelian</li> <li>5. Perilaku Pasca Pembelian</li> </ol>

### 3.7 Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dilakukan dengan alat bantu kuisioner yang diisi oleh responden. Dalam penelitian ini pengukuran kuisioner yang dipakai adalah Skala Likert yang dirancang dalam bentuk pilihan ganda. (Sugiyono, 2016:168) menyatakan bahwa Skala Likert merupakan skala yang berisi lima tingkat prefensi jawaban dengan rincian sebagai berikut :

1. Untuk jawaban sangat setuju : skor 5
2. Untuk jawaban setuju : skor 4
3. Untuk jawaban Netral : skor 3
4. Untuk jawaban tidak setuju : skor 2
5. Untuk jawaban sangat tidak setuju : skor 1

### 3.8 Uji Instrumen

Didalam penelitian ini instrumen yang dipakai adalah dengan cara menggunakan kuisisioner dalam pengumpulan data primer. Sebelum kuisisioner ini dipakai dalam analisis selanjutnya. Kuisisioner ini dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu dengan menggunakan program SPSS. Apabila dalam uji normalitas dan reliabilitas didapatkan data yang berdistribusi normal maka dapat dilakukan langkah selanjutnya. Namun kebalikannya, apabila ternyata datanya tidak berdistribusi normal maka tidak dapat dilakukan ke langkah selanjutnya.

#### 3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016:203) validitas adalah instrumen yang digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan bahwa derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Uji validitas dalam penelitian ini dipakai dengan menggunakan bantuan program SPSS dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  (*correlated item-total correlations*) dengan nilai  $r_{tabel}$ . Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2013:53).

$r_{tabel}$  didapat dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05) dengan derajat bebas atau *degree of freedom* (df) menggunakan rumus berikut :

$$df = n - 2$$

Keterangan :

$n$  = jumlah sampel

2 = *two tail test*

### **3.8.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2016:203) reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran bisa dipercaya dan memberikan hasil yang relatif dan tidak berbeda apabila dilakukan uji yang sama hasilnya akan tetap sama.

Uji reliabilitas didalam penelitian ini dipakai dengan menggunakan bantuan program SPSS dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan kriteria bahwa variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronback Alpha  $> 0,70$  (Ghozali, 2016:47).

### **3.9 Uji Asumsi Klasik**

Penelitian ini menggunakan model Linier berganda, model linier berganda bisa dibidang sebagai model yang baik apabila model tersebut memenuhi asumsi klasik statistik yang meliputi :

#### **3.9.1 Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel Independen.

Uji Multikolineritas didalam penelitian ini dengan menggunakan dasar pengambilan keputusan, jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* (TOL) lebih dari 0,01, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolineritas (Ghozali, 2016:103).

#### **3.9.2 Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas merupakan uji yang dipakai untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu mengetahui

adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Didalam penelitian ini metode yang biasanya digunakan adalah Uji Park, Uji Glesjer, Uji Korelasi *Spearman*, Uji *Goldfeld-Quandt*, Uji *Breusch-Pagan-Godfrey*, dan Uji Heteroskedastisitas *White* Umum. Dalam pembahasan ini akan dilakukan uji heterokedastisitas dengan menggunakan uji korelasi *spearman*.

Menurut Gujarati (2015:483) untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji korelasi *spearman* yang artinya dengan mengkorelasikan variabel independent terhadap nilai absolut dari residual (*error*). Untuk mendeteksi gejala uji heteroskedastisitas, maka dibuat persamaan regresi dengan asumsi tidak ada heterokedastisitas kemudian menentukan nilai absolut residual, selanjutnya meregresikan nilai absolut residual diperoleh sebagai variabel dependen serta dilakukan regresi dari variabel independent. Jika nilai koefisien korelasi antar variabel independen dengan nilai absolut dari residual signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

1. Jika nilai signifikansi lebih besar dari nilai 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari nilai 0,05 maka dapat dikatakan bahwa terdapat masalah heteroskedastisitas.

### **3.9.3 Uji Normalitas**

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah didalam model regresi, variabel pegganggu atau residual memiliki distribusi yang normal. Didalam penelitian ini apabila menguji normalitas dengan menggunakan analisis grafik dideteksi dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik atau

histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan menurut Ghozali (2013:163) yaitu:

1. Jika datanya menyebar disekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis histogramnya maka menunjukkan bahwa pola distribusi tersebut normal, sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika datanya menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis histogram maka tidak menunjukkan pola distribusi normal, sehingga model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### **3.10 Teknik Pengambilan dan Analisis Data**

#### **3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh dari variabel Promosi  $X_1$ , Harga  $X_2$ , Kualitas Informasi  $X_3$ , Persepsi Risiko  $X_4$ , dan Keputusan Pembelian *Online*  $Y$ , dengan persamaan berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4e$$

Keterangan :  $Y$ = Variabel Terikat (Keputusan Pembelian )

$a$  = Konstanta

$b_1$ = Koefisien variabel Promosi

$b_2$ = Koefisien variabel Harga

$b_3$ = Koefisien variabel Kualitas Informasi

$b_4$  = Koefisien variabel Persepsi Risiko

$x_1$ = Promosi

$x_2$ = Harga

$x_3$ = Kualitas Informasi

$x_4$  = Persepsi Risiko

$e$  = Error

### **3.10.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Ghazali (2013:97) koefisien determinasi ( $R^2$ ) diarahkan untuk mengukur dan melihat seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen yang dilihat melalui Adjusted R Square. Nilai koefisien determinasi merupakan antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen didalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Kelemahan yang mendasar didalam penggunaan koefisien determinasi merupakan bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Sehingga banyak peneliti yang menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted  $R^2$  pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Tidak seperti  $R^2$ , nilai Adjusted  $R^2$  dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

### **3.11 Uji Hipotesis**

Menurut Sugiyono (2018:63) hipotesis merupakan asumsi atau dugaan yang mengenai sesuatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal yang sering dituntut untuk melakukan pengecekan. Jika yang dihipotesisi adalah masalah statistic,

maka hipotesis ini disebut dengan hipotesis statistic. Didalam penelitian ini peneliti menggunakan uji t yang dipakai untuk menguji seberapa jauh satu variabel bebas (*independent*) secara individu atau parsial dalam menerangkan variasi variabel terikat (*dependent*). Maka digunakan kriteria berikut :

1. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : b_1 = 0$  artinya variabel Promosi ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) *Online* di Shopee.co.id.

$H_a : b_1 \neq 0$  artinya variabel Promosi ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) *Online* di Shopee.co.id.

$H_0 : b_2 = 0$  artinya variabel Harga ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) *Online* di Shopee.co.id.

$H_a : b_2 \neq 0$  artinya variabel Harga ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) *Online* di Shopee.co.id.

$H_0 : b_3 = 0$  artinya variabel Kualitas Informasi ( $X_3$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) *Online* di Shopee.co.id.

$H_a : b_3 \neq 0$  artinya variabel Kualitas Informasi ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) *Online* di Shopee.co.id.

$H_0 : b_4 = 0$  artinya variabel Persepsi Risiko ( $X_4$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) *Online* di Shopee.co.id.

$H_a : b_4 \neq 0$  artinya variabel Persepsi Risiko ( $X_4$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) *Online* di Shopee.co.id.

2. Menentukan kriteria pengujian

- a. Apabila nilai signifikansi  $< \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.  
Artinya secara parsial ada pengaruh nyata antara Promosi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kualitas Informasi ( $X_3$ ), dan Persepsi Risiko ( $X_4$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).
- b. Apabila nilai signifikansi  $> \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.  
Artinya secara parsial tidak ada pengaruh nyata antara Promosi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kualitas Informasi ( $X_3$ ), dan Persepsi Risiko ( $X_4$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).