

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:7), penelitian kuantitatif adalah metode yang data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Sedangkan jenis penelitian ini 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 di Universitas Muhammadiyah Gresik yang beralamatkan di Jl. Sumatera No. 101, Randuagung, Kec. Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61121.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:61). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik angkatan tahun 2017 yang pernah melakukan pembelian di situs Lazada.co.id. Jumlah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik Angkatan Tahun 2017 total keseluruhannya 1.030 Mahasiswa, baik pagi atau sore.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi (Sugiyono. 2015; 62). Adapun penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh Roscoe dalam Sugiyono (2015:131) adalah ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Maka, untuk memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan rumus Riduwan (2012:66) :

$$n = (0,25) \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{\varepsilon} \right)^2$$

Dimana :

- n = jumlah sampel
- $Z_{\alpha/2}$ = nilai yang didapat dari tabel normal atas tingkat keyakinan
- ε = kesalahan penarikan sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95% maka nilai $Z_{\alpha/2}$ adalah 1.96. tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan 5% maka dari perhitungan tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan yaitu :

$$n = (0,25) \cdot \left(\frac{1,96}{0,05} \right)^2 = 153,6$$

Jadi berdasarkan rumus diatas sampel yang diambil sebanyak 153,6 mahasiswa. Untuk memudahkan perhitungan maka dibulatkan menjadi 154 mahasiswa.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non probability sampling* dimana tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi

sampel. Dengan pendekatan *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan/syarat tertentu.

Pertimbangan / syarat tertentu untuk sampel pada penelitian ini adalah responden yang memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Responden Laki-laki maupun perempuan yang berstatus sebagai Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik Angkatan Tahun 2017.
2. Mahasiswa pernah melakukan transaksi di Lazada.co.id.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Pada Penelitian ini, jenis data yang dipakai oleh peneliti yaitu :

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dikumpulkan oleh peneliti dari lapangan atau obyek penelitian 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) Dan Keputusan Pembelian (Y) yang diajukan kepada responden.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari data konsumen yang pernah melakukan pembelian di situs Lazada.co.id.

3.5 Teknik Pengambilan Data

Dalam penelitian ini teknik pengambilan data yang digunakan adalah teknik kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis

kepada responden untuk dijawabnya, Sugiyono (2012;142). Kuesioner dalam penelitian ini reponden akan diberikan pertanyaan-pertanyaan mengenai Promosi (X1), Harga (X2), Kualitas Informasi (X3) dan Keputusan Pembelian (Y) di situs Lazada.co.id. Dalam penelitian ini, digunakan daftar pertanyaan bersifat tertutup, dimana alternatif jawaban telah disediakan.

3.6 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

3.6.1 Indentifikasi Variabel

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu terdiri dari variabel bebas dan terikat yang diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel bebas / *Independent*

Variabel bebas (*Independent*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*Dependent*).

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Promosi (X1)
- b. Harga (X2)
- c. Kualitas Informasi (X3)

2. Variabel terikat / *Dependent*

Variabel terikat (*Dependent*) adalah suatu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

3.6.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini yaitu terkait promosi, harga, kualitas informasi dan keputusan pembelian. Definisi operasional variabel dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Promosi (X1)

Promosi sebagai komunikasi yang menginformasikan calon pelanggan akan adanya produk, dan meyakinkan mereka bahwa produk tersebut menginginkan kemampuan yang memuaskan. Ben M. Enis (dikutip oleh Alma;2016 : 179).

Adapun indikator dalam promosi yaitu dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Periklanan (*Advertising*)
- b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)
- c. Publisitas dan Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)
- d. Penjualan Personal (*Personal selling*)

2. Harga (X2)

Harga merupakan suatu nilai untuk mendapatkan suatu produk kepada konsumen manfaat dari memiliki atau menggunakan pada satu waktu tertentu.

Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan unsur bauran pemasaran atau pendapatan bagi perusahaan. Kotler dan Keller (2009;67). Adapun indikator dalam harga yaitu dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Potongan Harga
- b. Penetapan Harga
- c. Variasi Pilihan Tipe
- d. Harga Jual Merk Bersaing

3. Kualitas Informasi (X3)

Kualitas informasi dapat diartikan pengukuran kualitas konten dari sistem informasi. Ong *et al* (dikutip oleh Riyadi;2013). Menurut Barnes dan Vidgen (dikutip oleh Riyadi, 2014:4) kualitas informasi telah dibagi menjadi beberapa indikator yaitu :

- a. Sesuai dengan kebutuhan
- b. Mudah dipahami
- c. Terpercaya

4. Keputusan Pembelian (Y)

Perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhannya. Kanuk (dikutip oleh priansa;2017 : 61). Adapun indikator dalam keputusan pembelian dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Pengenalan masalah
- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi
- d. Keputusan pembelian
- e. Perilaku pasca pembelian

3.7 Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dilakukan dengan alat bantu kuisioner yang diisi oleh responden. Pengukuran kuisioner dalam penelitian ini menggunakan *skala Likert* dibuat dalam bentuk pilihan ganda. Menurut Sugiyono (2012;93) menyatakan bahwa *Skala Likert* adalah 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

Instrumen penelitian ini menggunakan kuisioner dalam pengumpulan data primer, sebelum kuisioner tersebut digunakan dalam analisis selanjutnya, kuisioner ini terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan program SPSS v.21 (*Social Product of Social Science*). Apabila dalam uji normalitas dan reabilitas didapatkan data yang berdistribusi normal, maka dapat dilakukan langkah selanjutnya. Namun apabila datanya ternyata tidak berdistribusi normal maka tidak dapat dilakukan langkah selanjutnya.

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012;121) validitas adalah instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan

derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS v.21 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 dikatakan valid (Ghozali, 2013;53).

r tabel didapat dari taraf signifikansi (α) 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

Sugiyono (2012;121) mengatakan Uji Reliabilitas menunjukkan sejauh mana alat ukur dan hasil pengukuran dapat diandalkan dan dipercaya. Reliabilitas adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan kriteria bahwa variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,70 (Nunnally dalam Ghozali, 2013;48).

3.9 Uji Asumsi Klasik

Model linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi klasik statistik yang meliputi sebagai berikut :

3.9.1 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dengan menggunakan dasar pengambilan keputusan, Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* (TOL) tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas (Ghozali, 2013;106).

3.9.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Ada beberapa metode pengujian yang biasa digunakan diantaranya yaitu Uji Park, Uji Glesjer, Melihat pola Grafik Regresi, dan Uji *rank Spearman*. Pada pembahasan ini akan dilakukan Uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan Uji *rank Spearman*.

Menurut Gujarati (2012:406) untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan Uji-*rank Spearman* yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual (*error*). Untuk mendeteksi gejala uji heteroskedastisitas, maka dibuat persamaan regresi dengan asumsi tidak

ada heteroskedastisitas kemudian menentukan nilai absolut residual, selanjutnya meregresikan nilai absolut residual diperoleh sebagai variabel dependen serta dilakukan regresi dari variabel independen. 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 atau sig. (2-tailed) lebih besar dari nilai 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi atau sig. (2-tailed) lebih kecil dari nilai 0,05 maka dapat dikatakan bahwa terdapat masalah heteroskedastisitas.

3.9.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis grafik dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan menurut Ghazali (2013;163) yaitu:

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

3.10 Teknik Pengambilan dan Analisis Data

3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dimaksud untuk menganalisis pengaruh dari variabel Promosi (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Informasi (X_3) Keputusan Pembelian (Y) dengan persamaan berikut :

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

Keterangan: Y = Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)
 a = Konstanta
 b_1 = Koefisien variabel Promosi
 b_2 = Koefisien variabel Harga
 b_3 = Koefisien variabel Kualitas Informasi
 x_1 = Promosi
 x_2 = Harga
 x_3 = Kualitas Informasi
 e = Error

3.10.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013;97) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat 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 (*crossection*) 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 mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah 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. Oleh karena itu banyak peneliti mengajurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

3.11 Uji Hipotesis

3.11.1 Uji t

Uji ini digunakan untuk menguji seberapa jauh satu variabel bebas (*independen*) secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (*dependen*). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap antara lain :

1. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : b_1 = 0$ artinya variabel Promosi (X_1) tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : b_1 \neq 0$ artinya variabel Promosi (X_1) ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_0 : b_2 = 0$ artinya variabel Harga (X_2) tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : b_2 \neq 0$ artinya variabel Harga (X_2) ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_0 : b_3 = 0$ artinya variabel Kualitas Informasi (X_3) tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : b_3 \neq 0$ artinya variabel Kualitas Informasi (X_3) ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

2. Menentukan taraf signifikansi

Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan pengujian dua arah (*2-tailed*) dengan derajat bebas atau *degree of freedom* (df) menggunakan rumus berikut :

$$df = n - 2$$

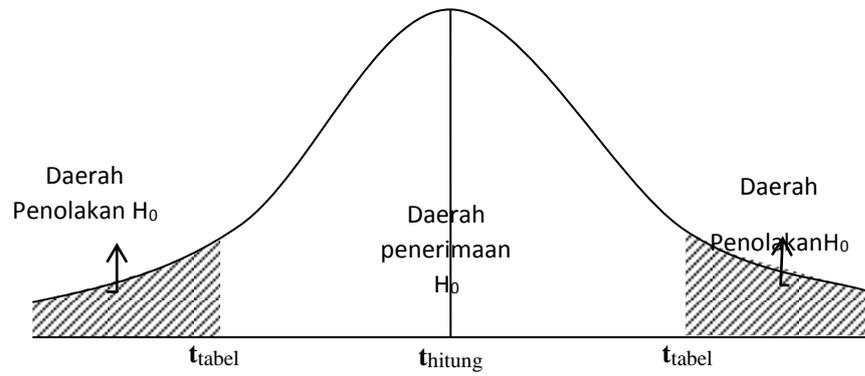
Keterangan :

n = jumlah sampel

2 = *two tail test*

3. Menentukan kriteria pengujian

- a. Apabila t hitung $>$ t tabel atau nilai signifikansi $<$ α (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) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- b. Apabila t hitung $<$ t tabel t atau nilai signifikansi $>$ α (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) terhadap Keputusan Pembelian (Y).



Gambar 3. 1
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t