

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Lokasi dan Waktu Penelitian

#### a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada konsumen Shopee di wilayah desa perbaungan Aek Nabara.

#### b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 4 (empat) bulan terhitung sejak November 2022 sampai dengan Januari 2023 dengan rincian kegiatan penelitian sebagai berikut:

**Tabel 3.1. Jadwal Penelitian**

No.	Kegiatan	Nov				Des				Jan				Feb			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul																
2	Acc judul proposal skripsi																
3	Penyusunan proposal																
4	Bimbingan Proposal																
5	Seminar Proposal																

### B. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Sebagaimana diindikasikan oleh Sugiyono (2015:15) populasi adalah ruang spekulasi yang terdiri dari hal-hal/subjek yang memiliki kualitas dan sifat tertentu yang dikendalikan oleh penguji untuk fokus dan kemudian mencapai suatu jaminan. Populasi dalam penelitian ini adalah

konsumen Shopee di wilayah desa Perbaungan yang berjumlah 30 orang.

## **2. Sampel**

Sampel menurut Arikunto (2013: 131) menyatakan, Sampel mewakili atau merupakan bagian dari populasi yang diselidiki. Sampling atau pengambilan sampel adalah proses memilih sekelompok peserta studi untuk dijadikan sebagai representasi dari masyarakat guna menciptakan sampel yang secara akurat mencerminkan populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan sampel acak langsung untuk pengambilan sampel (*simple random sampling*) sebanyak 30 orang.

## **C. Definisi operasional Variabel**

Pengertian operasional dari factor-faktor menurut Sugiyono (2015: 38) adalah kualitas atau sifat atau ukuran suatu barang atau pembangunan yang mempunyai ragam tertentu yang telah ditentukan oleh para ahli untuk dilibatkan dan sesudahnya dibuat kesimpulan. Arti operasional suatu variable dengan mempertahankan gerakan tertentu atau mendukung suatu kegiatan yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.

1. Variabel Independen adalah variabel bebas atau penjelas yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya variable dependen.

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah:

- a. Harga
- b. Kualitas Produk
- c. Promosi

## 2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variable yang tercakup dalam hipotesis yang dipengaruhi oleh variable lainnya.

Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian

Definisi operasional variabel penelitian ini dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

**Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
1. Harga	<p>Harga adalah sejumlah nilai yang harus dibayarkan sejumlah uang tertentu agar dapat memanfaatkan promosi penjualan online yang memenuhi kriteria terjangkau, sesuai dengan kualitas produk, kompetitif, dan menawarkan keunggulan.</p> <p>Menurut Kotler &amp; Keller (2012)</p>	<p>1. Terjangkau</p> <p>2. Harga variatif</p> <p>3. Harga kompetitif</p> <p>4. Kualitas produk sesuai dengan harga</p> <p>5. Kesediaan membeli berdasarkan kualitas Produk</p>	Likert

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
2. Kualitas Produk	<p>Kualitas yang tinggi akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas merek mereka.</p> <p>Menurut Kottler dan Keller (2012)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bentuk (<i>form</i>)</li> <li>2. Ciri-ciri Produk (<i>Features</i>)</li> <li>3. Kinerja (<i>Performance</i>)</li> <li>4. Ketepatan/ Kesesuaian (<i>conformance</i>)</li> <li>5. Ketahanan (<i>Durability</i>)</li> </ol>	Likert
3. Promosi	<p>Perusahaan dipaksa untuk bereaksi lebih cepat dalam hal mendapatkan pelanggan karena persaingan yang semakin ketat dalam lanskap bisnis saat ini, terutama persaingan dari bisnis yang serupa dengan bisnis mereka. Untuk memasarkan produk mereka secara efektif, bisnis yang menggunakan ide pemasaran harus memperhatikan perilaku pelanggan dan unsur-unsur yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka.</p> <p>Menurut Samosir (Pirendra, 2017)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iklan via online</li> <li>2. Pelayanan aduan konsumen via online</li> <li>3. Potongan harga via online</li> <li>4. Pemberian hadiah via online</li> <li>5. Kemudahan Akses</li> </ol>	Likert
4. Keputusan Pembelian	Keputusan Pembelian adalah pilihan konsumen untuk	1. Keputusan pemilihan produk	Likert

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	<p>melakukan pembelian merupakan tindakan yang diambil sebagai respon terhadap promosi penjualan online setelah melakukan seleksi atas alternatif-alternatif yang tersedia dalam upaya untuk memenuhi kebutuhannya dengan dimensi: identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, penilaian alternatif, pilihan pembelian, dan tindakan pasca pembelian.</p> <p>Menurut Kotler &amp; Keller (2012)</p>	<p>2. Keputusan jumlah yang akan dibeli</p> <p>3. Keputusan berdasarkan manfaat</p> <p>4. Membeli sesuai kebutuhan</p> <p>5. Membeli sesuai keinginan</p>	

#### D. Jenis dan Sumber Data

##### 1. Jenis Data

Informasi dalam investigasi tersebut dipisahkan menjadi dua bagian, khususnya:

- a. Data primer adalah informasi utama atau informasi fundamental yang digunakan dalam penyelidikan. Informasi tersebut dapat langsung diungkapkan oleh penulis esai dengan memberikan survey dan memperhatikan secara lugas dari daerah eksplorasi.
- b. Data sekunder adalah informasi timbal balik yang diperoleh dari informasi yang sekarang dapat diakses di wilayah eksplorasi.

##### 2. Sumber Data

Sumber informasi adalah apapun yang dapat atau dapat memberikan data tentang informasi. Informasi dapat dipisahkan menjadi dua tergantung pada sumbernya yaitu:

- a. Menyebar kuesioner dengan konsumen Shopee di wilayah perbaungan Aek Nabara.
- b. Jurnal adalah informasi yang digunakan untuk mencatat pertukaran moneter dari substansi bisnis yang dilihat secara berurutan dan dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi.
- c. Perpustakaan adalah informasi yang diselesaikan antara lain dengan memanfaatkan informasi yang bersumber dari bahan dan alamat dan hasil pemeriksaan lainnya.
- d. Dokumentasi merupakan suatu metode pengumpulan informasi yang dilakukan untuk memberikan pembuktian yang lebih tepat dalam penelitian.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Strategi pengumpulan data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Penelitian Perpustakaan**

Pemeriksaan dilakukan antara lain dengan memanfaatkan informasi yang bersumber dari tulisan, materi dan alamat dan hasil eksplorasi lainnya yang diidentifikasi dengan objek pemeriksaan.

##### **2. Metode Angket Kuesioner**

Angket berupa daftar pernyataan yang disusun oleh penulis dengan

tujuan untuk mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan dalam mengurai tujuan peneliiian. Daftar pernyataan akan didistribusikan atau disampaikan langsung kepada responden yang telah ditetapkan untuk kemudian dijawab sehingga memperoleh angka-angka yang kemudian akan dianalisis dengan bantuan perangkat computer program SPSS 21 for windows.

Informasi eksplorasi diperoleh dengan menggunakan prosedur survei, yang diperoleh dengan memasukkan sekumpulan penjelasan yang dikumpulkan oleh spesialis, yang dengan mudah dirasakan oleh responden dengan menggunakan skala Likert. Survei merupakan prosedur pengumpulan informasi yang dilakukan dengan cara memberikan banyak pertanyaan atau penjelasan tersusun yang diakhiri dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada responden yang direkam dalam bentuk hard copy kepada responden untuk dibalas (Sugiyono, 2017:199). Dalam penggambaran jawaban responden dikumpulkan ke dalam klasifikasi menggunakan skala likert, tepatnya.

**Tabel 3.3 Instrument Skala Likert**

<b>No</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Skor</b>
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Data Primer 2022

## **F. Uji Instrumen Penelitian**

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Arikunto (2009: 151) menyatakan bahwa kuesioner adalah kumpulan pertanyaan tertulis yang dimaksudkan untuk mengumpulkan data dari responden, seperti laporan pribadi atau hal-hal lain ia ketahui. Data-data dijaring dengan menggunakan angket/kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan teori-teori dan indikator masing-masing variabel.

Dalam penelitian ini, kuesioner yang disebarakan kepada responden dibuat berdasarkan skala Likert dengan lima alternatif jawaban, yaitu: Sangat Setuju (bobot 5); Setuju (bobot 4); Kurang Setuju (bobot 3); Tidak Setuju (bobot 2); dan Sangat Tidak Setuju (bobot 1).

Sebelum kuesioner digunakan sebagai alat pengumpul data, terlebih dahulu dilakukan ujicoba instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

### **1. Uji Validitas**

Berkaitan dengan validitas instrumen, Sugiyono (2013: 203) menyatakan bahwa Validitas mengacu pada kemampuan instrumen untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Jika instrumen dapat menghasilkan hasil untuk variabel yang diselidiki, itu dianggap valid. Analisis item, yang melibatkan korelasi skor item dengan skor total, yang merupakan jumlah dari semua skor item, digunakan untuk menilai validitas setiap item. Menurut Sugiyono (2013: 220), korelasi yang digunakan adalah korelasi *Pearson Product Moment*:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{[n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2][n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2]}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi Product Moment

$x_i$  = Skor butir ke-i

$y$  = Skor total

$n$  = Jumlah data pengamatan

Instrumen penelitian diujikan kepada 30 sampel di luar sampel penelitian. Kriteria penerimaan atau penolakan koefisien korelasi butir instrumen dengan jumlah adalah sebagai berikut:

- Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada  $n = 30$  dan  $\alpha = 0,05$ , maka butir instrumen dinyatakan *valid*.
- Jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  pada  $n = 30$  dan  $\alpha = 0,05$ , maka butir instrumen dinyatakan tidak *valid*.

Hasil uji validitas instrumen harga (X1), kualitas produk (X2), promosi (X3) dan Keputusan Pembelian (Y) menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Instrumen**

Variabel	No. Butir	$r_{hitung}$	$r_{tabel} (\alpha=0,05; n=30)$	Keterangan
<b>Harga (X1)</b>	1	0,780	0,361	Valid
	2	0,838	0,361	Valid
	3	0,572	0,361	Valid
	4	0,769	0,361	Valid
	5	0,799	0,361	Valid
<b>Kualitas Produk (X2)</b>	1	0,632	0,361	Valid
	2	0,644	0,361	Valid
	3	0,710	0,361	Valid
	4	0,651	0,361	Valid

Variabel	No. Butir	$r_{hitung}$	$r_{tabel} (\alpha=0,05; n=30)$	Keterangan
	5	0,648	0,361	Valid
<b>Promosi (X3)</b>	1	0,595	0,361	Valid
	2	0,655	0,361	Valid
	3	0,797	0,361	Valid
	4	0,765	0,361	Valid
	5	0,775	0,361	Valid
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	1	0,633	0,361	Valid
	2	0,701	0,361	Valid
	3	0,759	0,361	Valid
	4	0,634	0,361	Valid
	5	0,646	0,361	Valid

Sumber : Data diolah peneliti SPSS (Lampiran 3)

Data pada tabel di atas menunjukkan hasil uji validitas instrumen terhadap 5 butir instrumen Harga (X1), 5 butir instrumen Kualitas Produk (X2), 5 butir instrumen Promosi (X3) dan 5 butir instrumen Keputusan Pembelian (Y). Koefisien korelasi antar butir dengan skor total masing-masing variabel yang ditampilkan pada kolom  $r_{hitung}$  menunjukkan bahwa seluruh butir instrumen memiliki nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  pada  $n = 30$  dan  $\alpha = 0,05$  sebesar 0,361. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa seluruh butir instrumen penelitian ini **valid**.

## 2. Uji Reabilitas

Selain *valid* instrumen penelitian juga harus dapat dipercaya (*reliable*). Sugiyono (2013: 203) mengemukakan bahwa instrumen yang dapat dipercaya adalah instrumen yang secara konsisten menghasilkan hasil yang sama ketika digunakan untuk mengukur item yang sama dari waktu ke waktu. Ketika responden secara konsisten atau mantap bereaksi

terhadap pernyataan, dikatakan bahwa item instrumen dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas untuk jenis data interval, menurut Sugiyono (2012: 365) dapat digunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan rumus:

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

Keterangan:

- $r_i$  = Reliabilitas internal seluruh instrumen
- $k$  = Jumlah item dalam instrumen
- $\sum s_i^2$  = Jumlah varians seluruh item
- $s_t^2$  = Varians total

Pengujian ini dilakukan dengan menghitung koefisien Alpha Cronbach dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Instrumen dapat dikatakan handal (*reliabel*) bila memiliki koefisien *Alpha Cronbach* lebih dari 0,60 (Ghozali, 2006: 42).

**Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	Koefisien Reliabilitas	Alpha Cronbach	Keterangan
1	Harga (X1)	0,811	0,60	Reliabel
2	Kualitas Produk (X2)	0,664	0,60	Reliabel
3	Promosi (X3)	0,762	0,60	Reliabel
4	Keputusan Pembelian (Y)	0,693	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti, SPSS (Lampiran 4)

Dari tabel tersebut terlihat bahwa koefisien reliabilitas instrumen Harga sebesar 0,811, variabel Kualitas Produk sebesar 0,664, variable promosi sebesar 0,762 dan variabel keputusan pembelian sebesar 0,693. Hasil ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas ketiga instrumen penelitian lebih besar dari koefisien *Alpha Cronbach* yaitu 0,60, sehingga

dapat dinyatakan bahwa keempat instrumen penelitian adalah reliabel.

## **G. Teknik Analisis Data**

### **1. Analisis Deskriptif**

Statistik deskriptif ini digunakan untuk memberikan ringkasan atau deskripsi variabel penelitian berasal dari jawaban responden. Analisis ini memberikan deskripsi atau penjelasan suatu kumpulan data yang dilihat dari nilai maksimum, minimum, standar deviasi, dan rata-rata (mean) (Ghozali,2011: 19).

Untuk menganalisis data dilakukan dengan jalan membuat tabulasi dan hasil penyebaran kusioner dari data yang telah dikuantitatifkan kemudian dihitung rata-rata nilai setiap indikator dengan menggunakan rumus Sanford Labowitz yaitu:

$$M = \sum \frac{f(x)}{n}$$

Keterangan:

- M = Perolehan angka penafsiran (skala nilai)
- x = Pembobotan
- f = Frekuensi jawaban
- $\sum$  = penjumlahan
- n = Jumlah responden/sampel

### **2. Uji Persyaratan Analisis**

Sebelum melangkah pada pengujian hipotesis maka ada beberapa persyaratan analisis yang harus dipenuhi, yaitu:

#### **a. Uji Normalitas**

Menurut Supardi (2012: 129) Untuk memastikan apakah suatu data

berdistribusi normal atau tidak, maka dilakukan pengujian normalitas. Informasi ini sangat penting untuk dipahami sehubungan dengan ketepatan uji statistik yang dipilih. Karena uji statistik parametrik mensyaratkan data harus berdistribusi normal. Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dapat digunakan untuk menentukan apakah data yang diperoleh terdistribusi secara teratur atau tidak. Memeriksa nilai signifikansi variabel adalah bagaimana distribusi data sering diuji. Kriteria pengambilan kesimpulannya adalah sebagai berikut:

- Jika  $\text{sig} > 0,05$  maka data pada variabel berdistribusi normal.
- Jika  $\text{sig} < 0,05$  maka data pada variabel tidak berdistribusi normal

#### b. Uji Linieritas

Uji linieritas berusaha untuk memastikan ada tidaknya hubungan linier antara dua variabel. Supardi (2012: 145) menyatakan, uji kelinearan regresi dilakukan dalam rangka menguji model persamaan regresi suatu variabel Y atas suatu variabel X. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear.

Dalam penelitian ini uji linearitas dilakukan dengan menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Artinya, dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila *p value (sig)* lebih besar dari 0,05.

### 3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi berganda. Sugiyono (2012: 260) menyatakan Analisis regresi digunakan untuk

memperkirakan seberapa besar nilai variabel dependen akan bervariasi, jika nilai variabel independen diubah, dimodifikasi, dinaikkan, atau diturunkan. Untuk memastikan apakah dua atau lebih variabel independen berdampak pada variabel dependen secara bersamaan, dilakukan analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda dengan dua variabel bebas ditulis dengan model sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

di mana:

$\hat{Y}$  = Keputusan pembelian

$X_1$  = Harga

$X_2$  = Kualitas Produk

$X_3$  = Promosi

$b_1$  = koefisien regresi variabel harga

$b_2$  = koefisien regresi variabel kualitas produk

$b_3$  = koefisien regresi variabel promosi

Selanjutnya dilakukan uji F untuk menganalisis apakah variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$ ) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Persentase kontribusi variabel independen secara serentak (simultan) terhadap variabel dependen dihitung dengan menggunakan analisis determinasi dalam regresi linier berganda. Koefisien ini menunjukkan seberapa baik persentase variasi variabel independen dapat menjelaskan varians dalam variabel dependen.

Jika persentase kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen adalah nol, maka  $R^2$  sama dengan nol. Persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sempurna atau seluruhnya berpengaruh jika  $R^2$  sama dengan satu, sebaliknya.

Untuk mengetahui apakah variabel independen dalam model regresi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, maka dilakukan uji-t.