

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang yang berlokasi di Jalan KH. Zainal Abidin Fikri KM 3,5 Palembang. Dan yang menjadi subjek pada penelitian ini adalah mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dari jawaban yang diberikan responden dengan cara membagikan kuesioner kepada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk

bilangan³¹. Beberapa pertanyaan yang di tujukan kepada responden dengan beberapa alternatif jawaban. Jawaban tersebut selanjutnya di kuantitatifkan dengan cara memberikan skor yang didapat setelah hasil proses penyebaran kuisisioner yang dilakukan pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

2. Sumber Data

Dalam penelitian menggunakan data primer yang merupakan data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Pengumpulan data tersebut dilakukan secara khusus untuk mengatasi masalah riset yang sedang diteliti.³² Dalam hal ini peneliti mendapatkan data primer berupa hasil kuesioner yang diperoleh dari responden.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan salah satu hal yang esensial dan perlu mendapatkan perhatian dengan saksama apabila peneliti ingin menyimpulkan suatu hasil yang dapat dipercaya dan tepat guna

³¹ Albi Anggito dan Johan Setiawan, *“Metodologi Penelitian Kualitatif”* (Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher, 2018), hlm 165

³² Nanang Martono, *“Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder”*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2018), hlm 35

untuk daerah (area) atau objek penelitiannya.³³ Dalam penelitian ini populasinya adalah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang yang menggunakan aplikasi shopee.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³⁴

a. Penentuan ukuran sampel

Ukuran sampel yaitu banyak individu, subjek atau elemen-elemen dari suatu populasi yang diteliti untuk diambil sampelnya. Karena keterbatasan waktu, tenaga dan besarnya jumlah populasi. Maka peneliti menggunakan perhitungan sampel menurut rumus Hair et.al. Rumus Hair et.al digunakan karena jumlah sampel tidak bisa di analisis faktor jika jumlahnya kurang dari 50, sampel harus berjumlah 100 atau lebih juga ukuran populasi yang belum diketahui dengan pasti dan tergantung pada indikator dikali 5 sampai 10.³⁵

³³ Morissan, "*Metode Penelitian Survei*" (Jakarta: Kencana, 2018), hlm 283

³⁴ Fitrah dan Luthfiah, "*Metodologi Penelitian, Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*" (Sukabumi: CV Jejak, 2018), hlm 160

³⁵ Bilson Simamora, "*Analisis Multivariat Pemasaran*" (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015), hlm 167

$$S = \text{Jumlah Indikator} \times 5$$

$$S = 20 \times 5 = 100$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden

Keterangan :

S = Sampel

b. Penentuan penarikan sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik ini berdasarkan pada ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang diperkirakan mempunyai sangkut paut erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat yang ada dalam populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Jadi ciri-ciri atau sifat-sifat yang spesifik yang ada atau dilihat dalam populasi dijadikan kunci untuk pengambilan sampel.³⁶ Dalam penelitian ini responden tersebut memiliki kriteria yaitu:

1. Mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
2. Menggunakan aplikasi shopee lebih dari 1 tahun

³⁶ Muri Yusuf, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*”, (Jakarta: Prenada Media, 2016), hlm 163

3. Pernah melakukan pembelian minimal 2 kali melalui aplikasi shopee.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.³⁷ Kuesioner dibuat dengan pertanyaan skala *likert* yang memiliki tingkat preferensi jawaban masing-masing skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut:

Sangat tidak setuju	skor	1
Tidak setuju	skor	2
Netral	skor	3
Setuju	skor	4
Sangat setuju	skor	5

³⁷ Taufiq Amir, “*Merancang Kuesioner: Konsep dan Panduan Untuk Penelitian Sikap Kepribadian dan Perilaku*” (Jakarta: Prenada Media, 2017), hlm 67

F. Variabel –Variabel Penelitian

1. Variabel independen (bebas)

Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kepercayaan (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3), dan Kemudahan (X4).

2. Variabel dependen (terikat)

Variabel dependen (terikat) adalah merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.³⁸ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian *Online* (Y).

G. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala
1	Kepercayaan (X1)	Kepercayaan adalah suatu rasa keyakinan terhadap produk yang akan dibeli oleh mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang	1. Kejujuran (<i>honesty</i>) 2. Kebajikan (<i>benevolence</i>) 3. Kompetensi (<i>competence</i>)	<i>Likert</i>

³⁸ Burhan Bungin, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif*” (Jakarta: Prenada Media Group, 2017), hlm 83

		dalam belanja di aplikasi shopee		
2	Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah produk berdasarkan atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah di tetapkan oleh shopee	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterandalan produk (<i>Reability</i>) 2. Fitur produk (<i>Feature</i>) 3. Daya tahan (<i>Durability</i>) 4. Kemampuan diperbaiki (<i>Servicability</i>) 5. Keindahan tampilan produk (<i>Aesthetic</i>) 	<i>Likert</i>
3	Harga (X3)	Harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang atas produk yang dibelinya dalam aplikasi shopee	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang sesuai dengan manfaat. 2. Persepsi harga dan manfaat. 3. Harga barang terjangkau. 4. Persaingan harga. 5. Kesesuaian harga dengan kualitasnya. 	<i>Likert</i>
4	Kemudahan (X4)	Kemudahan adalah suatu kepraktisan yang dirasakan oleh mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang dalam belanja di aplikasi shopee	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan situs. 2. Kemudahan berinteraksi. 3. Kemudahan menemukan produk. 	<i>Likert</i>
5	Keputusan Pembelian <i>online</i> (Y)	Keputusan pembelian <i>online</i> yaitu suatu tindakan yang diambil oleh mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang setelah mempertimbangkan hal-hal yang menjadi alasan dalam melakukan pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang 	<i>Likert</i>

H. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.³⁹ Uji validitas ditentukan dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh setiap butir pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Skor total adalah jumlah dari semua skor pertanyaan atau pernyataan. Jika skor tiap butir pertanyaan berkorelasi secara signifikan dengan skor total pada tingkat alfa tertentu (misalnya 1%) maka dapat dikatakan bahwa alat pengukur itu valid. Sebaliknya jika korelasinya tidak signifikan, alat pengukur itu tidak valid dan alat pengukur itu tidak perlu dipakai untuk mengukur atau mengambil data.⁴⁰

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya memiliki sifat dapat dipercaya.

Suatu alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas apabila

³⁹ Dahruji, "*Statistik*" (Yogyakarta: Duta Media Publishing, 2017), hlm 68

⁴⁰ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, "*Metode Riset Penelitian Kuantitatif*" (Yogyakarta: Deepublisher, 2020), hlm 75

digunakan berkali-kali oleh peneliti yang sama atau oleh peneliti lain yang memberikan hasil yang sama.⁴¹ Uji reliabilitas instrumen dilihat dari besarnya nilai *Alpha Cronbach's* pada masing-masing variabel. *Alpha Cronbach's* digunakan untuk mengetahui reliabilitas kekonsistenan responden dalam merespon seluruh item. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Alpha Cronbach's* lebih dari 0,60⁴².

I. Teknik Analisis Data

Setiap peneliti dalam memilih teknik analisis yang akan digunakan hendaklah mempertimbangkan karakteristik tiap formula. Banyak teknik statistik yang dapat digunakan, tetapi masing-masing teknik itu mempunyai keterbatasan tersendiri. Ini berarti pula tidak semua teknik statistik dapat digunakan untuk semua data yang dikumpulkan.

⁴¹ Nikolaus Duli, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif*” (Yogyakarta: Deepublisher, 2019), hlm 65

⁴² Iredho Fani Reza, *Penyusunan Skala Psikologis: Memahami Manusia Secara Empiris*, (Palembang: Noerfikri, 2017), hlm.103

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal.⁴³ Salah satu jenis uji data normalitas yaitu Kolmogorov Smirnov. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai $\rho > 0,05$. Akan tetapi jika nilai $\rho < 0,05$ maka data dikatakan tidak berdistribusi normal

b. Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain dalam model saling berkorelasi linear, biasanya, korelasinya mendekati sempurna atau (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan satu).⁴⁴ Untuk mengetahui adanya multikolinieritas dapat

⁴³ Agus Tri Basuki, Nano Prawoto, “*Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews)*”, (Jakarta:Rajawali Pers, 2017), hlm

⁴⁴ Nawari, “*Analisis Regresi*” (Jakarta: PT. Gramedia, 2018), hlm 233

dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance iflation faktor* (VIF). Adapun kriteria dalam menentukan ada tidaknya multikolinieritas yaitu:

1. Jika nilai VIF < 10 , maka model regresi tidak terjadi multikolinieritas
2. Jika nilai *Tolerance* $> 0,1$, maka model regresi tidak terjadi multikolinieritas

c. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti variasi (varians) variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Pada Heteroskedastisitas, kesalahan yang terjadi tidak random (acak), tetapi menunjukkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas.⁴⁵ Adapun metode pengujian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Uji Glejser*. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas, dapat dilihat jika signifikan korelasi $> 0,05$, maka pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

⁴⁵ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, “*Metode Riset Penelitian Kuantitatif*” (Yogyakarta: Deepublisher, 2020), hlm 209

d. Linieritas

Cara yang dapat digunakan untuk uji linieritas ini antara lain menggunakan persamaan garis regresi/regresi ganda. Apabila nilai F yang dapat/diamati lebih besar dari nilai F tabel pada taraf signifikansi (α) = 0,05, maka dapat dikatakan linier.⁴⁶

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda digunakan untuk menjelaskan suatu variabel respons (variabel terikat/dependen) menggunakan lebih dari satu variabel input (variabel bebas, independen variabel/eksogen) dengan rumus :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian *online* (Variabel dependen)

α = Konstanta

X_1 = Kepercayaan (Variabel Independen/bebas)

X_2 = Kualitas produk (Variabel independen/bebas)

X_3 = Harga (Variabel independen/bebas)

⁴⁶ I Putu Ade Andre Payadnya dan I Gusti Agung Ngurah Trisna Jayantika, "Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS" (Yogyakarta: Deepublisher, 2018), 61

- X_4 = Kemudahan (Variabel independen/bebas)
- b_1 = Koefisien regresi variabel kepercayaan
- b_2 = Koefisien regresi variabel kualitas produk
- b_3 = Koefisien regresi variabel harga
- b_4 = koefisien regresi variabel kemudahan

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Pengujian hipotesis dengan distribusi t adalah pengujian hipotesis yang menggunakan distribusi t sebagai uji statistik.⁴⁷ Uji t dilakukan menggunakan tingkat signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Adapun kriteria uji t yaitu:

H_0 : tidak ada pengaruh antara variabel kepercayaan, kualitas produk, harga dan kemudahan secara parsial terhadap keputusan pembelian *online*.

H_a : ada pengaruh antara variabel kepercayaan, kualitas produk, harga dan kemudahan secara parsial terhadap keputusan pembelian *online*.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka H_a diterima. Artinya secara parsial variabel independen

⁴⁷ Singgih Santoso, “*Menggunakan SPSS untuk Statistik Parametrik*”, (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2016), hlm 35

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$ maka H_a ditolak. Artinya secara parsial variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji F (Simultan)

Pengujian hipotesis dengan distribusi F adalah pengujian hipotesis yang menggunakan distribusi F sebagai uji statistik. Tabel pengujiannya disebut tabel F. Hasil uji statistik ini kemudian dibandingkan dengan nilai dalam tabel untuk menerima atau menolak hipotesis nol (H_0) yang dikemukakan.⁴⁸ Adapun kriteria uji f sebagai berikut yaitu:

Taraf signifikan $\alpha = 0,05$

H_0 : tidak ada pengaruh antara variabel kepercayaan, kualitas produk, harga dan kemudahan secara simultan terhadap keputusan pembelian *online*

H_a : ada pengaruh antara variabel kepercayaan, kualitas produk, harga dan kemudahan secara simultan terhadap keputusan pembelian *online*.

⁴⁸ *Ibid*, hlm 37

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima

c. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Uji R^2 (Koefisien determinasi) dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 (koefisien determinasi) antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.