

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif, yaitu sebuah metode penelitian yang bertujuan menggambarkan fenomena atau gejala sosial yang terjadi dimasyarakat saling berhubungan satu sama lain. Metode ini mendasarkan penelitian pada penyelidikan jumlah atau frekuensi suatu kejadian atau fenomena.⁵⁵ Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kuantitatif. Data diperoleh dengan mengukur nilai satu atau lebih variabel dalam sampel atau populasi melalui penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini variabel yang akan diteliti yaitu variabel bebas (X), yaitu *E-Service Quality (X1)*, *Islamic Branding (X2)* dan *Islamic Advertising Ethics (X3)* sedangkan variabel terikat (Y) adalah Keputusan Pembelian.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang yang beralamat di Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikri No. Kel. Pahlawan, Kec. Kemuning, Kota Palembang, Sumatera Selatan.

⁵⁵ Sudaryono, *Metodelogi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*, (Depok:PT.Raja Grafindo Persada, 2019), hlm 98.

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2021 sampai bulan Agustus 2021.

D. Obyek penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang yang menggunakan aplikasi Shopee sebagai media belanja online.

E. Populasi dan Sampel

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.⁵⁶ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna Shopee pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

Adapun jumlah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam diketahui sebagai berikut:

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 80.

Tabel 3.1
Mahasiswa Aktif FEBI Periode 2017-2020

No.	Prodi	Jumlah
1.	S1 Ekonomi Syariah	1.087
2.	S1 Perbankan Syariah	1.144
3.	S1 Manajemen Zakat dan Wakaf	435
Total		2.666

Sumber: Data Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2021

2. Sampel

Sampel dapat diartikan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang merupakan bagian dari populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representatif* (mewakili).⁵⁷

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan, atau penelitian tentang kondisi politik di suatu daerah, maka sampel sumber datanya

⁵⁷ Ibid, hlm. 81

adalah orang yang ahli politik.⁵⁸ Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah melakukan transaksi pada aplikasi Shopee.

Dalam teknik pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, teknik *purposive sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel non-random karena objek dan subjek yang dipilih didasarkan pada pertimbangan tertentu. Adapun kriteria, antara lain:

- a. Mahasiswa aktif 2017-2020
- b. Pernah melakukan belanja online pada aplikasi Shopee

Penentuan jumlah sampel yang ditemukan berdasarkan perhitungan melalui rumus Slovin, yaitu:⁵⁹

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan: n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan

Dalam menentukan jumlah sampel yang akan dipilih peneliti menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10% atau (0,1), karena dalam sikap penelitian tidak mungkin hasilnya sempurna 100%. Semakin besar

⁵⁸ Ibid, hlm. 85

⁵⁹ Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hlm. 170.

tingkat kesalahan maka semakin sedikit ukuran sampel. Jumlah populasi sebagai dasar perhitungan yang digunakan adalah 2.666 orang, dengan perhitungan:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\
 n &= \frac{2.666}{1 + 2.666 \times 0,1^2} \\
 &= \frac{2.666}{1 + 2.666 \times 0,01} \\
 &= \frac{2.666}{27,66} \\
 &= 96,384 \\
 n &= 96
 \end{aligned}$$

Jadi, melalui perhitungan jumlah rumus tersebut, didapat jumlah sampel sebesar 96 responden yang berasal dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

F. Sumber Data

Data yang diambil dalam penelitian ini yang terdiri dari dua sumber, yaitu: data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat

pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.⁶⁰ Data primer, data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya melalui wawancara langsung kepada beberapa mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang dan memberikan kuesioner atau angket pada mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang melalui *google form*.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia di tempat penelitian, sehingga peneliti hanya bertugas mencari dan mengumpulkannya saja.⁶¹ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data populasi mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang yang telah tersedia pada bagian akademik, buku-buku, jurnal, serta situs internet yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dapat digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisisioner (angket). Kuisisioner merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden). Instrument atau alat pengumpulan datanya juga disebut angket berisi sejumlah pernyataan yang harus dijawab atau direspon oleh responden. Sama dengan pedoman

⁶⁰ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hlm. 5

⁶¹ Ibid. hlm.124.

wawancara, bentuk pertanyaan bisa bermacam-macam, yaitu pernyataan terbuka, pernyataan berstruktur dan pernyataan tertutup. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup dimana pertanyaan sudah disusun secara berstruktur, pertanyaan telah memiliki alternatif jawaban (*option*) yang tinggal dipilih oleh responden.⁶²

Dalam penelitian ini pengukuran variabel menggunakan Skala Likert, dimana pengukuran Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁶³

Pertanyaan-pertanyaan kuesioner yang berbentuk skala likert yakni mempunyai pilihan (1-5) dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

No.	Item Instrument	Keterangan	Skor
1.	SS	Sangat Setuju	5
2.	S	Setuju	4
3.	N	Netral	3
4.	TS	Tidak Setuju	2
5.	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, Metode Penelitian Manajemen

H. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu obyek, sifat atau atribut nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai bermacam-macam variasi

⁶² Sudaryono, *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Method*, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2019), hlm 217-218.

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2014), hlm 168.

antara satu dengan lainnya yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi variabel dependen baik yang pengaruhnya positif maupun pengaruhnya negatif.⁶⁴ Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *E-Service Quality* (X1), *Islamic Branding* (X2), *Islamic Advertising Ethucs* (X3).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipergunakan atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	<i>E-Service Quality</i> (X1)	Kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu <i>website</i> dalam memfasilitasi kegiatan konsumen meliputi belanja, pembelian, dan pengiriman baik produk dan layanan secara efisien dan efektif.	1. Efisiensi 2. Reliabilitas 3. Fulfillment 4. Privasi 5. Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>) 6. Kompensasi 7. Kontak (<i>contact</i>) ⁶⁵
2.	<i>Islamic Branding</i> (X2)	Penggunaan nama-nama yang berkaitan dengan Islam atau menunjukkan identitas halal untuk suatu produk.	1. Dapat diingat 2. Bermakna 3. Disukai 4. Dapat diubah 5. Dapat disesuaikan

⁶⁴ Ferdinand Augusty, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi Thesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, hlm 12

⁶⁵ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: ANDI, 2019), hlm. 178.

			6. Dapat dilindungi ⁶⁶
3.	<i>Islamic Advertising Ethics (X3)</i>	Perilaku (sikap) dalam mempromosikan sesuatu dengan memasukkan unsur spiritual, realistis, kreativitas, tidak terlalu kaku, dan tidak keluar dari hukum Islam yang berlaku.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengulangan 2. Penguatan ekspretivitas 3. Impersonalitas⁶⁷
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya	<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 ulang⁶⁸

Sumber: Dikembangkan dari berbagai sumber

I. Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Jadi instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam sosial yang diamati secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.⁶⁹ Ada dua alat ukur penelitian yang digunakan, yaitu:

⁶⁶ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ke-13 Jilid 1*, (Yogyakarta: Erlangga, 2009), hlm. 269.

⁶⁷ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ke-13 Jilid 2*, (Yogyakarta: Erlangga, 2009), hlm. 190.

⁶⁸ Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Ke-9*, (Jakarta: PT. Index, 2004), hlm. 291.

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2015), hlm. 102.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah instrument data yang mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin di ukur. Item dikatakan valid apabila adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut mengungkap suatu yang ingin diungkap. Item biasanya berupa pertanyaan yang diajukan kepada responden dengan menggunakan bentuk kuesioner dengan tujuan mengungkap sesuatu. Untuk menentukan item valid atau tidak maka dilihat pada nilai signifikannya, jika signifikansi $<0,05$ maka item valid, tetapi jika nilai signifikansinya $>0,05$ maka item tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah indeks yang menunjukkan suatu alat ukur dapat diandalkan dan dipercaya. Uji reliabilitas dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach alfa* yang digunakan untuk mengetahui seberapa konsistensi hasil sebuah jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan konsisten dari waktu ke waktu. Instrument untuk mengukur tiap variabel agar dikatakan reabel jika memiliki *cronbach alfa* lebih besar dari 0,60.⁷⁰

⁷⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: UNDIP, 2005), hlm 129

J. Teknik Analisis Data

Teknik analisa dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS.

Hipotesis akan diuji dengan menggunakan beberapa teknik:

1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji apakah model regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif untuk menentukan ketetapan model ini, perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik dari *ordinary least square* (OLS) yang secara rinci dapat dijlaskan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Namu untuk memberikn kepastian, data yang diambil berdistribusi normal atau tidak, sebaiknya digunakan uji statistik normalitas. Uji stratistik normalitas yang dapat digunakan di antaranya *Chi-Square*, *Kolmogorov Smirnov*, *Lilliefors*, *Shapiro Wilk*, *Jarque Bera*.

Salah satu cara untuk melihat normalitas adalah secara visual yaitu melalui *Normal P-P Plot*, ketentuannya adalah jika titik – titik masih berada di sekitar garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa residual menyebar normal. Jika nilai sig lebih besar dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal, dan jika nilai

sig lebih kecil dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar tidak normal.⁷¹

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah adanya hubungan linear antara peubah (variabel) bebas X dalam Model Regresi Ganda. Jika hubungan linear antara peubah (variabel) bebas X dalam Model Regresi Ganda adalah korelasi sempurna maka variabel-variabel tersebut berkolinieritas ganda sempurna (*perfect multicollinearity*). Pendeteksian multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai *Variance Inflation Factors* (VIF). Kriteria pengujiannya yaitu apabila nilai $VIF < 10$ maka tidak terdapat multikolinieritas di antara independent, dan sebaliknya jika ditunjukkan nilai VIF seluruhnya > 10 , sehingga asumsi model tersebut mengandung multikolinieritas.⁷²

c. Uji Heterokedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Model regresi yang baik homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai predeksi variabel independen (ZPRED) dengan

⁷¹ Agus Tri Basuki, Nano Prawoto, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017), hlm. 57-60.

⁷² Ibid, hlm. 61-62.

residual (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika ada pola tertentu membentuk pola teratur gelombang menyebar kemudian menyempit maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan bsduah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dengan uji linieritas akan diperoleh informasi apakah model-model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik.⁷³

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah regresi linier dimana variabel terikatnya, variabel (Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (X).⁷⁴ Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: *E-Service Quality* (X1), *Islamic Branding* (X2), *Islamic Advertising Ethics* (X3), terhadap variabel terikatnya yaitu Keputusan Pembelian.

⁷³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hlm166.

⁷⁴ Iqbal Hasan, *Analisis Data dengan Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 89.

Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y : Variabel dependen (keputusan pembelian)

a : Konstanta

b₁-b₃ : Koefisien Variabel Independen

X₁ : *E-Service Quality*

X₂ : *Islamic Branding*

X₃ : *Islamic Advertising Ethics*

e : *error*/ Variabel Pengganggu

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (uji secara parsial)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikatnya.

Adapun prosedur pengujiannya adalah:

- 1) *Level of signifigance* (α) 0,05 dengan $df = (n-k-1)$
- 2) Jika t hitung < t tabel, maka H₀ diterima Ha ditolak
- 3) Jika t hitung > t tabel, maka H₀ ditolak Ha diterima

b. Uji simultan (F)

Uji f yaitu pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah koefisien regresi variabel bebas mempunyai pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Adapun prosedur pengujiannya adalah:

- 1) *Level of signifigance* (α) 0,05 dengan $df = (n-k-1)$
- 2) Kriteria penolakan dan penerimaan H_0 dan H_a adalah:
 - a) Jika f hitung $<$ f tabel, maka H_0 diterima H_a ditolak
 - b) Jika f hitung $>$ f tabel, maka H_0 ditolak H_a diterima.⁷⁵
- c. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien determinasi (R^2) merupakan angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varian atau penyebab dari variabel-variabel independen yang menerangkan variabel dependen atau angka yang menunjukkan seberapa besar variasi dependen dipengaruhi oleh variabel-variabel independen. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1 atau $0 \leq R^2 \leq 1$, yang berarti variasi dari variabel bebas semakin dapat menjelaskan variasi dari variabel tidak bebas bila angkanya semakin mendekati 1. Pada penelitian ini juga akan digunakan koefisien determinasi yang telah disesuaikan dengan jumlah variabel dan jumlah observasinya, karena lebih menggambarkan kemampuan yang sebenarnya dari variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen.⁷⁶

⁷⁵ ShortCourse, *Mudah Menguasai SPSS*, (Yogyakarta: Andi, Semarang: Wahana Komputer, 2017), hlm. 171.

⁷⁶ Danang Sunyonto, *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, (Yogyakarta: CAPS, 2011), hlm. 87-88