

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Setting Penelitian**

Berdasarkan penelitian ini lokasi yang dipilih yaitu di kota Palembang dan yang menjadi subjek penelitian ini adalah masyarakat di kota Palembang yang menggunakan situs belanja online di Lazada dan pernah melakukan pembelian secara online di situs belanja online Lazada.

#### **B. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Menurut Lehmann yang dikutip oleh Muri Yusuf dalam bukunya, penelitian deskriptif kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu, atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail.<sup>1</sup> Dalam penelitian ini, variable dependen adalah keputusan pembelian sedangkan variable independennya harga, keamanan, ulasan produk, dan kemudahan transaksi.

#### **C. Objek Penelitian**

Lazada.co.id merupakan bagian dari Lazada Group yang menjadi tujuan belanja *online* di Asia Tenggara yang didirikan oleh Rocket Internet dan Pierre Poignant pada 2012, dan dimiliki oleh Alibaba Group. Lazada Group

---

<sup>1</sup>Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. (Jakarta : Prenamedia Group, 2014), Hlm. 62.

beroperasi di Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand dan Vietnam. Lazada.co.id merupakan anak perusahaan dari Rocket Internet asal Jerman, yang sukses menciptakan banyak produk *online* inovatif di dunia. Lazada merupakan jaringan *e-commerce* yang cukup berpengaruh di Asia Tenggara. Lazada tumbuh jadi perusahaan besar setelah JP Morgan dan beberapa partner lain ikut mempercayakan investasi pada Lazada dan perusahaan induknya, Rocket Internet. Lazada Indonesia pertama kali diluncurkan pada maret 2012 dan termasuk salah satu bagian dari Lazada Group yang merupakan jaringan ritel online di dunia. Lazada Group telah beroperasi di enam negara dengan total pengguna sekitar 550 juta dan merupakan perusahaan marketplace bidang ritel e-commerce paling populer di Indonesia.<sup>2</sup>

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Jenis Data**

Jenis data penelitian ini adalah kuantitatif. Data kuantitatif adalah data dalam bentuk angka numerik, sehingga bisa dianalisis menggunakan metode statistika, matematika atau riset operasi.<sup>3</sup> Data penelitian ini memaparkan tentang pengaruh harga, keamanan, ulasan produk, dan kemudahan transaksi. Data yang ada pada penelitian ini berupa hasil kuesioner yang didapat dari masyarakat di kota Palembang yang melakukan pembelian secara online di Lazada.

---

<sup>2</sup> Wikipedia, “Lazada Group”, di akses dari [https://id.wikipedia.org/wiki/LAZADA\\_Group](https://id.wikipedia.org/wiki/LAZADA_Group), pada tanggal 09 April 2020 pukul 15.20.

<sup>3</sup> Solimun, Armanu, Dan Adji Achmad Rinaldo Fernandes, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem* (Malang : UB Press, 2018), Hlm. 39.

## 2. Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua yaitu data primer dan sekunder.

- a) Sumber data di penelitian ini berupa data primer. Dalam riset pemasaran, data primer diperoleh secara langsung dari sumbernya, sehingga periset merupakan tangan pertama yang memperoleh data tersebut.<sup>4</sup> Data primer diperlukan sebagai data yang didapat secara langsung yaitu melalui dari responden yang akan di teliti secara langsung dengan cara kuisisioner atau daftar pertanyaan yang sudah disiapkan.
- b) Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Peneliti akan mendapatkan data yang sudah jadi atau yang telah dikumpulkan oleh pihak lain seperti studi pustaka, jurnal, penelitian terdahulu, ataupun yang lainnya.<sup>5</sup>

## E. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan objek (satuan atau individu) yang karakteristiknya hendak diduga.<sup>6</sup> Dalam kerangka penelitian, populasi merupakan salah satu hal yang esensial dan perlu

---

<sup>4</sup> Danang Suyanto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta : CAPS 2014), Hlm.28

<sup>5</sup> Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosiologi)*. (Jakarta : Kencana 2017), hlm. 132

<sup>6</sup> Ibid., Hlm.48

mendapat perhatian dengan saksama apabila peneliti ingin menyimpulkan suatu hasil yang dapat dipercaya dan tepat guna untuk daerah (area) atau objek penelitiannya.<sup>7</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di kota Palembang yang membeli secara online di Lazada.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut. Sebagian dan mewakili dalam batasan tersebut merupakan dua kata kunci dan merujuk kepada semua ciri populasi dalam jumlah yang terbatas pada masing-masing karakteristiknya. Menurut Sax yang dikutip oleh Muri Yusuf dalam bukunya mengemukakan bahwa sampel adalah suatu jumlah yang terbatas dari unsure yang terpilih dari suatu populasi, unsure tersebut hendaklah mewakili populasi.<sup>8</sup>

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability*, karena peneliti tidak mendapatkan secara rinci identitas responden yang akan digunakan dalam pembuatan kerangka sampel. Dalam metode *non probability* ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang artinya adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria khusus yaitu orang-orang yang dianggap ahli.<sup>9</sup> Kriteria dalam penelitian ini diantaranya :

- 1) Masyarakat yang berdomisili di Palembang baik tetap maupun sementara

---

<sup>7</sup> Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. (Jakarta : Prenamedia Group, 2014), Hlm. 145

<sup>8</sup> Ibid., Hlm. 150

<sup>9</sup> Muhajirin Dan Maya Panorama, *"Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif"*, (Yogyakarta: Idea Press, 2017). Hlm. 120

- 2) Konsumen dengan usia minimal 17 tahun
- 3) Masyarakat yang pernah melakukan pembelian secara online di Lazada

Penentuan jumlah yang sampel yang ditemukan berdasarkan perhitungan melalui rumus Hair, et, al. Rumus ini digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui dengan pasti sehingga disarankan bahwa ukuran sampel minimum 5-10 dikali dengan jumlah indikator setiap variabel.<sup>10</sup> Di penelitian ini jumlah indikator sebanyak 17 dikali dengan 10, ( $17 \times 10 = 170$ ). Jadi melalui perhitungan jumlah rumus tersebut, didapat jumlah sampel adalah sebesar 170 sampel yang berasal dari konsumen situs belanja online Lazada di kota Palembang.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu kuesioner (angket). Kuesioner merupakan suatu langkah yang efisien dalam pengumpulan data jika peneliti mengetahui dengan jelas variable yang akan diukur dan mengetahui apa yang akan diharapkan dari responden tersebut. Dengan membuat daftar pertanyaan yang akan dibagikan kepada responden yang akan diambil sampel mengenai harga, keamanan, ulasan produk, dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian.

---

<sup>10</sup> Hair JR, Joseph F, "*Multivariate Data Analysis*", Seventh Edition, 2010. Hlm.176

Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada kuesioner berbentuk skala likert yakni mempunyai (1-5) pilihan dengan rincian sebagai berikut:<sup>11</sup>

- 1) Sangat setuju (SS): diberikan bobot (5)
- 2) Setuju (S) : diberi bobot (4)
- 3) Netral (N) : diberi bobot (3)
- 4) Tidak setuju (TS) : diberi bobot (2)
- 5) Sangat tidak setuju ( STS) : diberi bobot (1)

### G. Definisi Operasional Variable

**Tabel 3.1**

**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	definisi	Indikator	skala
1	Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Sciffman & Kanuk (2004) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian adalah pemilihan dua atau lebih alternatif keputusan pembelian. Dengan kata lain, konsumen yang akan melakukan pilihan harus menentukan pilihan dari	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sesuai kebutuhan</li> <li>2. Mempunyai manfaat</li> <li>3. Keputusan yang tepat dalam membeli produk</li> <li>4. Pembelian berulang</li> </ol>	Skala Likert

<sup>11</sup> Syofian Siregar, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), Hlm 21

		berbagai alternatif yang ada. Apabila alternatif pilihan tidak ada maka tindakan yang dilakukan tidak dapat dikatakan membuat keputusan.		
2	Harga (X1)	Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2009:67), harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan Harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Daya saing harga</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan manfaat</li> </ol>	Skala Likert
3	Keamanan	Keamanan menurut Park	1. Jaminan kewanamanan	Skala

	(X2)	<p>dan Kim (2006) adalah kemampuan toko daring dalam menjaga keamanan sebuah data dan transaksi yang sedang dilakukan dan menjalankan pengontrolan secara teratur. Dalam membangun kepercayaan konsumen memberikan jaminan keamanan adalah salah satu hal yang harus diperhatikan oleh penjual karena merupakan hal yang sangat penting, sehingga konsumen merasa data yang diberikan akan selalu aman dan tidak akan dapat digunakan oleh pihak yang salah dan dapat merugikan konsumen.</p>	2. Kerahasiaan Data	Likert
4	Ulasan Produk (X3)	<p>Menurut Z.Mo, et, al (2015) ulasan berisi gambar-</p>	<p>1. Kesadaran (<i>Awareness</i>)</p> <p>2. Frekuensi (<i>Frequency</i>)</p>	<p>Skala</p> <p>Likert</p>



		gambar atau tulisan yang mencerminkan kualitas nyata dari suatu barang, seperti warna, masalah spesifikasi yang tidak konsisten atau kualitas tinggi dan pengalaman yang baik setelah melakukan pembelian.	3. Perbandingan ( <i>Comparison</i> ) 4. Pengaruh ( <i>Effect</i> )	
5	Kemudahan Transaksi (X4)	Davis et al. (1989, h.320) mendefinisikan <i>percieved ease of use</i> sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana <i>user</i> percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat	1. Kemudahan 2. Kemudahan pembayaran 3. Pilihan transaksi fleksibel	Skala Likert

		menunjukkan kemudahan penggunaan.		
--	--	-----------------------------------	--	--

## H. Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner disebut valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu menguraikan hal yang akan diukur dari sebuah kuesioner tersebut.<sup>12</sup> Uji validitas dilakukan dengan membandingkan hasil  $r$  hitung dengan  $r$  tabel yang dimana  $df = n-2$ ,  $n$  merupakan jumlah sampel dalam penelitian dan  $\alpha 0,05$ . Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka dapat dikatakan valid, dan sebaliknya jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka dapat dikatakan tidak valid.

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel jika nilai  $\alpha > 0,60$ .<sup>13</sup>

<sup>12</sup> Iman Ghazali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS", Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011, Hlm.52

<sup>13</sup> A Muri Yusuf, *Metodelogi Penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*, Hlm 234-24

## I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan bagian yang harus dipenuhi pada analisis linear berganda. Uji asumsi klasik yakni meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas dan uji linieritas.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati rata-rata. Normalitas data bisa dilakukan dengan menggunakan uji normal *kolmogrov – smirnov*, uji tersebut dapat dikatakan normal apabila nilai signifikansi  $> 0,05$ .

#### b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama

variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Jika nilai tolerance  $> 0,10$  atau nilai VIF  $< 10$ , maka terjadi multikolinieritas.<sup>14</sup>

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>15</sup>

d. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linier atau tidak. Hasil dari ujilineritas ini merupakan informasi apakah model empiris sebaiknya linier, kuadrat atau kubik. Pada penelitian ini dengan SPSS menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (linearity) kurang dari 0,05.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21", Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013, Hlm.105

<sup>15</sup> Ibid., hlm. 139

<sup>16</sup> Suliyanto, "Ekonometrika Terapan Teori & Aplikasi Dengan SPSS", (Yogyakarta: CV. Andi Offset), Hlm 95-145

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda merupakan hubungan linier antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Analisis linier berganda ini dilakukan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami penurunan atau kenaikan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Persamaan regresi linier berganda yakni sebagai berikut:<sup>17</sup>

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

Keterangan :

$Y'$  = Kinerja pegawai

$X_1$  = Kemampuan

$X_2$  = Disiplin kerja

$X_3$  = Etika kerja

$a$  = Konstanta

$b$  = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

$e$  = Variabel pengganggu

---

<sup>17</sup> Muhammadinah, Erdah Litriani, *Pratikum Ekonometrika Untuk Ekonomi Dan Bisnis Aplikasi Dengan SPSS*, (Malang: Intelegensia Media, 2018), Hlm 73

### 3. Pengujian Hipotesis

#### a. Uji t (parsial)

Uji signifikansi koefisien parsial digunakan untuk menguji apakah hubungan yang terjadi itu berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasi). Uji signifikansi koefisien parsial dilakukan dengan dua sisi dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  (uji dilakukan dua sisi karena untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang signifikansi dan di satu sisi lainnya untuk mengetahui hubungan lebih kecil atau lebih besar).<sup>18</sup>

#### b. Uji F (simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut.<sup>19</sup>

1) Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi :

a) Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, sebaliknya  $H_a$  ditolak.

b) Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, sebaliknya  $H_a$  diterima.

2) Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F table :

a) Jika F hitung  $>$  F tabel maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya  $H_a$  diterima.

---

<sup>18</sup> *Ibid*, Hlm 20

<sup>19</sup> Imam Ghazali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21", Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013, Hlm. 98

b) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan sebaliknya  $H_a$  ditolak.

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen ( $X_1, X_2, X_3$ ) secara serentak terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.  $R^2$  sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya  $R^2$  sama dengan 1, maka prosentasi sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Muhammadinah, Erdah Litriani, *Pratikum Ekonometrika Untuk Ekonomi Dan Bisnis Aplikasi Dengan SPSS*, (Malang: Intelegensia Media, 2018), Hlm 81-84