

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian merupakan sebuah upaya dalam pencarian fakta – fakta baru yang kemudian akan dikembangkan menjadi sebuah teori guna memperluas serta memperdalam ilmu yang sedang dipelajari. Dalam melakukan penelitian, terdapat 3 jenis pendekatan penelitian yaitu penelitian kuantitatif, penelitian kualitatif dan penelitian gabungan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif.<sup>1</sup>

Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang mendasarkan konsep penelitiannya pada paradigma positivisme. Paradigma positivisme disebut sebagai metode ilmiah karena dalam paradigma ini mencakup kaidah metode ilmiah seperti halnya konkret, objektif, rasional, terukur, empiris dan juga sistematis. Penelitian kualitatif menekankan pada pengujian teori – teori melalui pengukuran variable penelitian dengan data angka dan juga melakukan analisis data dengan menggunakan prosedur statistik.<sup>2</sup>

Pendekatan penelitian asosiatif atau penelitian yg berfokus pada hubungan variabel merupakan suatu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan jawaban atas permasalahan yang bersifat hubungan atau pengaruh antara satu hal dengan hal lainnya.<sup>3</sup> Dalam teori tersebut, maka penelitian ini mengkaji pengaruh antara harga, diskon, promo gratis ongkir, dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee dan Tokopedia pada warga desa Getas Pejaten Kudus.

---

<sup>1</sup> Muslim, Varian – Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian dalam Ilmu Komunikasi”, *Wahana*, Vol. 1, No. 10 (2016), 80-81, DOI : <https://doi.org/10.33751/wahana.v1i10.654>

<sup>2</sup> Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tirmizi dan Anna Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*, (Jakarta: Salemba Empat, 2018) 26.

<sup>3</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 16

## B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu kelompok individu yang memiliki karakteristik tertentu serta dapat dibedakan dari kelompok - kelompok lain yang juga memiliki karakteristik tertentu. Sedangkan sampel sendiri merupakan bagian dari populasi tersebut yang nantinya akan diteliti dan keberadaannya telah mewakili serta mencerminkan dari populasi tersebut.

Pengambilan sampel dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu pengambilan sampel secara acak/*probability* dan juga secara tidak acak/*non-probability*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *non-probability sampling* untuk membantu dalam pengambilan sampel. *Non-probability sampling* adalah salah satu teknik pengambilan sampel yang sering digunakan oleh para peneliti terutama dalam riset – riset sosial yang mana tidak memungkinkan jika menggunakan *sampling* probabilitas. Adapun beberapa teknik yang digunakan dalam *non-probability sampling* meliputi *sampling* sistematis, *sampling* kuota, *accidental sampling*, *purposive sampling*, *snowball sampling*, dan *sampling* jenuh.<sup>4</sup> Peneliti memilih teknik *purposive sampling* (*sampling* pertimbangan) dalam mengambil sampelnya. *Purposive sampling* merupakan sebuah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan yang khusus sehingga nantinya layak untuk dijadikan sampel. Penulis memilih menggunakan *purposive sampling* ini karena penulis ingin memperoleh sampel dengan kriteria – kriteria tertentu yang harus dipenuhi dalam sampel ini.

Adapun cara pengambilan sampel dapat didapatkan dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu:

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

Keterangan :

n : Sampel

N : Populasi

e : Ketepatan *sampling* pada tingkat kesalahan 10% (0,1)

---

<sup>4</sup> Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tirmizi dan Anna Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*, (Jakarta: Salemba Empat, 2018) 73-74

Tingkat kesalahan yang diambil adalah 10% (0,1)<sup>5</sup>, maka perhitungan jumlah sampel yang akan diambil sesuai dengan perhitungan sampel tersebut adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{11.519}{1+11.519(0,1)^2}$$

$$n = 99,13 \approx 100$$

Berdasarkan rumus tersebut, sampel dari populasi berjumlah 11.519 warga desa Getaspejaten dengan tingkat kesalahan 10% didapatkan sampelnya berjumlah 99,13 dan dibulatkan menjadi 100 responden.

Adapun kriteria – kriteria yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah warga desa Getas Pejaten, Jati Kudus yang berusia 17 tahun sampai dengan 45 tahun yang mana aktif dan pernah melakukan pembelian di *marketplace* shopee dan juga tokopedia.

### C. Identifikasi Variabel

Konsep yang disebut dengan variabel merupakan suatu representasi yang dapat diukur dengan berbagai macam penilaian. Variabel dijadikan sebagai suatu alat yang digunakan untuk membantu dalam memahami masalah yang ada dalam lingkungan sekitar. Konsep variabel menjadi mediator dalam hubungan konstruk yang bersifat abstrak dengan fenomena yang bersifat nyata, variabel inilah yang nantinya akan memberikan suatu gambaran yang lebih nyata untuk menggambarkan fenomena – fenomena yang telah digeneralisasi dalam suatu konstruk. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen dan variabel independen.

Variabel independen (*independent variable*) merupakan variabel yang menjelaskan atau variabel yang mempengaruhi variabel yang lain. Variabel independen adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen. Bentuk dari hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dapat berupa hubungan korelasi ataupun hubungan sebab akibat, dan hubungan antara keduanya pun dapat bersifat positif maupun negative.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Baby Silvia Putri dan Lindawati Kartika, “Pengaruh Kualitas Pelayanan BPJS Kesehatan terhadap Kepuasan Pengguna Perspektif Dokter Rumah Sakit Hermina Bogor”, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1 (2017): 4, URL : <https://core.ac.uk/download/pdf/235155569.pdf>

<sup>6</sup> Lie Liana, “Penggunaan *MRA* dengan *SPSS* untuk Menguji Pengaruh Variabel *Moderating* terhadap Hubungan antara Variabel

Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan oleh peneliti adalah harga, diskon, promo gratis ongkir, dan kemudahan transaksi.

Variabel dependen (*dependent variable*) merupakan variabel utama dalam sebuah penelitian. Variabel dependen ini dipengaruhi oleh variabel independen.<sup>7</sup> Variabel dependen yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

**D. Definisi Variabel Operasional**

Definisi variabel operasional berfungsi untuk menentukan bagaimana penelitian ini memenuhi unsur dalam penelitian dalam mengukur suatu variabel. Definisi operasional variabel yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

| Variabel    | Definisi Operasional                                                                                         | Indikator                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Harga (X1)  | Harga adalah suatu ukuran yang dapat ditukarkan sehingga mendapatkan hak kepemilikan akan suatu barang/jasa. | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga yang terjangkau</li> <li>2. Harga yang mampu bersaing secara kompetitif</li> <li>3. Kesesuaian harga terhadap produk</li> <li>4. Kualitas produk sesuai dengan harga yang ditawarkan</li> <li>5. Kesesuaian harga dengan manfaat produk</li> </ol> |
| Diskon (X2) | Diskon adalah potongan harga untuk menarik minat konsumen dalam membeli suatu produk.                        | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diskon sebagai perhatian pertama dalam berbelanja</li> <li>2. Besarnya potongan harga</li> <li>3. Masa berlaku</li> </ol>                                                                                                                                |

Independen dan Variabel Dependen”, *Jurnal Teknologi Informasi Dinamik*, Vol. 14, No. 2 (2009), 31

<sup>7</sup> Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tirmizi dan Anna Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*, (Jakarta: Salemba Empat, 2018), 57

|                          |                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                          |                                                                                                                                                     | <p>potongan harga</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Jenis produk yang mendapatkan diskon</li> </ol>                                                                                                                                                                                             |
| Promo Gratis Ongkir (X3) | <p>Promo gratis ongkir adalah fitur pengurangan biaya ongkos kirim sebagai strategi untuk menarik minat pembeli dalam berbelanja.</p>               | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gratis ongkos kirim memberikan perhatian</li> <li>2. Gratis ongkos kirim memiliki daya Tarik dalam pembelian</li> <li>3. Gratis ongkos kirim dapat membangkitkan keinginan pembeli</li> <li>4. Gratis ongkos kirim mendorong untuk melakukan pembelian</li> </ol> |
| Kemudahan Transaksi (X4) | <p>Kemudahan transaksi adalah suatu upaya dalam pengembangan teknologi untuk memudahkan pengguna nya dalam melakukan transaksi yang diinginkan.</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah dan jelas untuk dimengerti</li> <li>2. Tidak memerlukan banyak usaha</li> <li>3. Sistem mudah diakses</li> <li>4. Sistem membantu kebutuhan pengguna</li> <li>5. Sistem membantu menggali informasi tanpa berkorban waktu</li> </ol>                        |
| Keputusan Pembelian (Y)  | <p>Keputusan pembelian adalah suatu tahapan yang diputuskan oleh konsumen untuk membeli suatu produk yang diinginkan.</p>                           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan kebutuhan</li> <li>2. Pencarian informasi</li> <li>3. Evaluasi alternatif</li> <li>4. Keputusan pembelian</li> <li>5. Perilaku pasca pembelian</li> </ol>                                                                                              |

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah proses dalam memperoleh suatu data yang diperlukan. Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan data primer dan juga data sekunder. Data primer yang digunakan oleh peneliti adalah data dari penyebaran angket atau kuesioner. Kuesioner merupakan kumpulan data yang berisi pertanyaan terkait permasalahan yang sedang diteliti yang mana nantinya akan disebarakan pada responden terkait untuk mendapatkan respon balik dari responden guna memecahkan masalah dalam penelitian tersebut. Selain menggunakan data primer tersebut, peneliti juga menggunakan data sekunder dalam pengumpulan data penelitiannya, yaitu data kepustakaan dimana peneliti memanfaatkan buku, jurnal maupun literature lainnya untuk membantu menunjang penelitian.<sup>8</sup>

## F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah:

### 1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu uji penelitian yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Pengukuran uji validitas ini berada pada uji signifikansi yang dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  tabel dan berkorelasi positif maka pertanyaan dalam kuesioner tersebut valid. Atau dengan kata lain, item pertanyaan pada kuesioner dikatakan valid jika memiliki korelasi positif dan signifikan dengan skor total dari variable tersebut.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Jackson R.S. Weenas, "Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta". *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 1, No. 4 (2013), 611, DOI : <https://doi.org/10.35794/emba.1.4.2013.2741>

<sup>9</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019) hlm 158

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji reliabilitas ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban atas pertanyaan tersebut dapat stabil dari waktu ke waktu. Hasil dari pengujian kuisisioner dapat dikatakan reliabel jika koefisien reliabilitasnya memberikan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,7.<sup>10</sup>

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

1) Uji Normalitas P-Plot

Uji normalitas P-Plot digunakan untuk mengetahui apakah dalam variabel bebas dan variabel terikat dalam model regresi ini dapat berdistribusi dengan normal. Data penelitian akan dapat dikatakan normal jika histogram pengukuran menunjukkan pola distribusi yang mendekati normal dan grafik normal memiliki pola penyebaran titik – titik hanya di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya.

2) Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov digunakan sebagai media dalam pengujian statistik yang berguna untuk membandingkan distribusi data dengan distribusi data normal. Data dalam penelitian dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai *Asymp.sig (2-tailed)* lebih besar (>) dari 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi nya terdapat korelasi antara variabel bebas nya. Model regresi yang layak dan benar harusnya tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas. Terjadinya gejala multikolinearitas dalam penelitian dapat dilihat dari nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) dimana jika  $VIF < 10$  maka tingkat dari kolinearitas nya masih bisa di toleransi. Selain itu, dapat dilihat juga dalam nilai *tolerance* nya dimana jika nilai

---

<sup>10</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013) hlm 48

*tolerance* data penelitian tersebut  $> 0,100$  maka hasil data penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

1) Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Uji heterokedastisitas scatterplot bertujuan untuk menguji apakah varian variabel tidak sama untuk semua penelitian. Model regresi yang benar, layak dan sesuai seharusnya tidak menunjukkan adanya gejala heterokedastisitas. Gejala dari heterokedastisitas ini dapat dilihat dengan hasil grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan residualnya (SRESID) dimana tidak terjadi gejala heterokedastisitas apabila titik – titik acak yang berada pada scatterplot ini menyebar di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y.

2) Uji Heteroskedastisitas Glejser

Uji heteroskedastisitas glejser merupakan uji statistika yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregres dari absolut residual. Pengujian ini disimpulkan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas jika nilai signifikansi yang dimiliki memiliki hasil  $> 0,05$ .<sup>11</sup>

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis kuantitatif dengan menggunakan alat analisis regresi berganda adalah suatu proses analisis yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh dengan baik pada variabel dependen. Selain itu juga analisis regresi ini digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam sebuah penelitian. Analisis ini menjadi solusi jika variabel independen nya lebih dari satu. Adapun bentuk persamaan untuk analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

---

<sup>11</sup> Ninin Non Ayu Saimah, “Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kosmetika Sari Ayu pada Toko La Tahzan Palembang”, *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 12, No. 1 (2015), 6

Keterangan :

- Y : Variabel Dependen  
 a : Konstanta  
 b : Koefisien masing – masing independen  
 X : Variabel Independen<sup>12</sup>

Untuk menilai ketepatan dari fungsi regresi sampel dalam mengukur nilai actual dapat diukur melalui nilai koefisien determinasi, nilai statistik uji F, dan juga nilai statistik uji t.

a. Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk dapat mengetahui presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika  $R^2$  semakin besar maka persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Dan sebaliknya jika  $R^2$  semakin kecil maka persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah.<sup>13</sup>

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan F digunakan untuk dapat mengetahui apakah variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikatnya. Pengolahan data dengan uji simultan ini dibantu dengan menggunakan aplikasi SPSS V.23, dimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F ini adalah jika nilai signifikansi kurang dari ( $<$ ) 0,05 maka berkesimpulan jika variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen. Selain itu, dapat diputuskan dengan

---

<sup>12</sup> Homami Rahayu, Adi Sismanto dan Tezar Arianto, “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Shopee,” *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, Vol.1, No.1 (2020): 40, URL:<https://pdfs.semanticscholar.org/6c2b/6e420031f06d4d2314d2832623224b821837.pdf>

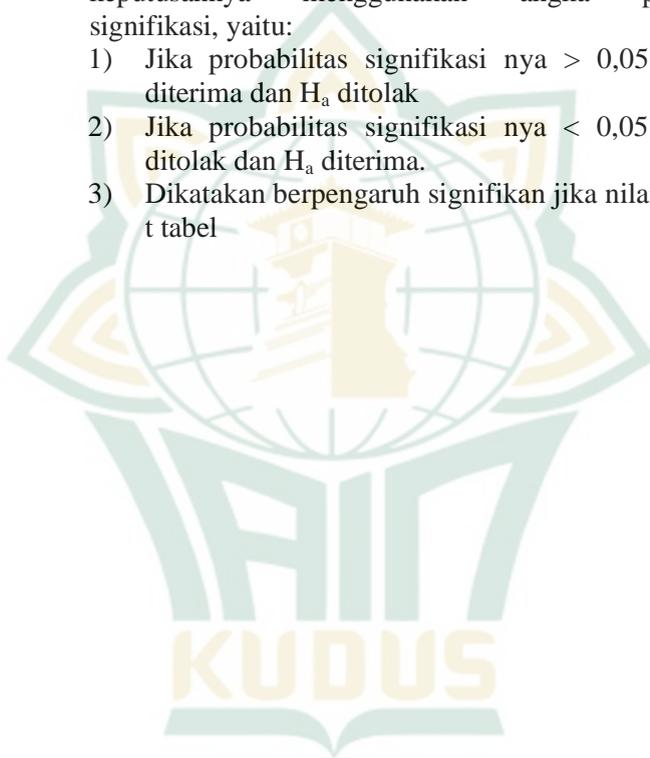
<sup>13</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019) hlm 164

perhitungan F hitung, dimana dapat dikatakan signifikan secara simultan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ .<sup>14</sup>

c. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau yang disebut dengan uji t ini digunakan untuk hipotesis hubungan antara dua variabel atau lebih apabila terdapat variabel yang dikendalikan. Pengolahan data untuk uji t ini dibantu dengan aplikasi SPSS v.23 dengan pertimbangan pengambilan keputusannya menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- 1) Jika probabilitas signifikansi nya  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- 2) Jika probabilitas signifikansi nya  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 3) Dikatakan berpengaruh signifikan jika nilai t hitung  $>$  t tabel



---

<sup>14</sup> Ninin Non Ayu Saimah, “Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kosmetika Sari Ayu pada Toko La Tahzan Palembang”, *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 12, No. 1 (2015), 6 - 7