

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah penelitian lapangan (*field research*), yang dilakukan dengan terlibat langsung di lapangan dan pengumpulan data melalui kuisioner agar mendapatkan data informasi secara langsung. Pada penelitian ini dilakukan dengan mencari data langsung di lapangan yang menjadi obyek penelitian.¹ Pada penelitian ini akan fokus pada pengaruh *Voucher*, *Paylater*, *Flash Sale*, dan *Cash On Delivery (COD)* Terhadap Minat Beli Konsumen di *Markerplace* Shopee.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan.²

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik ksimpulannya.³ Jadi populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan dari obyek yang diteliti. Populasi pada penelitian ini adalah remaja di Kudus.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang representative ialah sampel yang dapat mewakili populasi supaya bisa diambil kesimpulan. Sampling ialah teknik

¹ Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Ghozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (CV Pustaka Setia: Bandung, 2012), 55.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2009), 7.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 80.

pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian.⁴

Pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* bersyarat. Syarat sampel pada penelitian ini ialah remaja di Kudus yang menggunakan aplikasi shopee untuk belanja online.⁵

Perhitungan sampel yang digunakan pada penelitian ialah pendekatan Rumus Cochran dikarenakan populasi tidak diketahui jumlahnya sebagai berikut⁶:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Koefisien kepercayaan 5% (1,96)

p = Peluang benar 50%

q = Peluang salah 50%

e = Sampling error. Sampling error yang digunakan penelitian ini ialah 10% atau 0,1.

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

⁴ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 142.

⁵ Morissan, *Metode Penelitian Survei*, (Prenamedia Group: Jakarta, 2015), 113.

⁶ Amrina Rosyada Suwandi dan Whyosi Septrizola, *Pengaruh Iklan Dan Perilaku Mencari Variasi Terhadap Brand Switchingkartu Selular Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*, *Jurnal Praktik Bisnis*, Vol. 4, No.1, 79.

Dari hasil perhitungan tersebut maka didapat jumlah sampel sebanyak 96 responden yang diperlukan untuk penelitian ini.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian merupakan sebuah fenomena yang dapat berubah-ubah dan bervariasi sebagaimana variasi dalam variabel tersebut. Variabel dalam penelitian harus dijelaskan dan ditentukan supaya urutan hubungan dua atau lebih variabel dalam penelitian agar dapat di analisis dan dicari. Variabel dapat diartikan sebagai konsep yang lebih konkrit atau konsep operasional, penjelasan macam itu tergantung pada jenis penelitian yang dilakukan.⁷ Dalam penelitian memiliki variasi tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk penelitian adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas disebut dengan variabel prediksi (*predictor*), atau variabel *stimulus*. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab timbulnya variabel dependen (terikat).⁸ Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Voucher* (X1), *Paylater* (X2), *Flash Sale* (X3), dan *Cash On Delivery* (X4),

2. Variabel Terikat (Dependen)

Yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Memiliki fungsi pada variabel ini dipengaruhi oleh variable lain, maka dari itu disebut variabel dipengaruhi.⁹ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli yang dilambangkan dengan (Y).

⁷ Burhan Bungin, *Metododologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Kencana: Jakarta, 2014), 70.

⁸ Suliyanto, *Metode Penelitian Bisnis*, (CV. Andi Offset: Yogyakarta, 2018), 127.

⁹ Rahmat, *Statistika Penelitian*, (CV Pustaka Setia: Bandung, 2013), 60.

D. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1

Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Voucher</i> (X1)	<i>Voucher</i> yaitu kupon potongan harga yang didistribusikan melalui iklan dan hanya dapat digunakan di toko tertentu. ¹⁰	1. Besarnya potongan harga, besarnya ukuran potongan harga yang diberikan pada saat produk diskon.	<i>Likert</i>
		2. Masa potongan harga, jangka waktu yang diberikan pada saat diskon.	
		3. Jenis produk yang mendapatkan potongan harga, keaneragaman pilihan pada produk yang diskon.	
<i>Paylater</i> (X2)	<i>Paylater</i> merupakan layanan	1. Keinginan menggunakan shopee	<i>Likert</i>

¹⁰ Nofrika Belisa, *Pengaruh Sales Promotion Voucher Diskon Melalui Media Sosial Instagram Brosisdeal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Merchant Lokal Pekanbaru*, JOM FISIP, Vol. 5, No. 1, (2018), 2.

	pinjaman online berbasis teknologi. <i>Paylater</i> menawarkan efisiensi dalam melakukan pinjaman online baik dari segi limit pinjaman sampai syarat peminjaman yang mudah. ¹¹	<p><i>paylater</i>.</p> <p>2. Menggunakan <i>shopee paylater</i> untuk transaksi pembayaran.</p> <p>3. Kemudahan, efisiensi dalam melakukan pinjaman online dari segi limit pinjaman sampai syarat peminjaman yang mudah.</p> <p>4. Menyarankan para pengguna lain untuk menggunakan <i>shopee paylater</i>.</p>	
<i>Flash Sale</i> (X3)	<i>Flash sale</i> merupakan aktifitas promosi yang dilakukan dalam waktu yang singkat dengan memberikan diskon harga bagi pembeli yang belanja	1) Frekuensi merupakan jumlah promosi penjualan yang dilakukan dalam suatu waktu melalui media promosi	<i>Liker t</i>

¹¹ Elfani Rahmawati Muas, *Pengaruh Religiusitas Mahasiswa Di Yogyakarta Terhadap Shopee Paylater Dengan Hutang Dan Riba Sebagai Variabel Pemoderasi*, (2021), 20.

	secara online. ¹²	penjualan.	
		2) Kualitas promosi dapat diartikan sebagai tolak ukur seberapa baik promosi penjualan dilakukan.	
		3) Waktu promosi adalah nilai atau jumlah promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.	
		4) Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi ialah faktor yang diperlukan untuk mencapai target yang diinginkan perusahaan.	
<i>Cash On Delivery</i> (X4)	<i>Cash on delivery</i> (COD) yaitu	1. Keamanan, yaitu pembayaran	<i>Liker t</i>

¹² Sadana Devica, *Persepsi Konsumen Terhadap Flash Sale Belanja Online Dan Pengaruhnya Pada Keputusan Pembelian*, Jurnal Bisnis Terapan, Vol. 4, No. 1, (2020), 48.

	<p>metode dimana pembayaran dilakukan apabila barang sudah sampai ditangan konsumen.¹³</p>	<p>dengan (COD) dilakukan dengan tunai, akan memberikan konsumen dari resiko/penipuan online.</p>	
		<p>2. Privasi, yaitu pembayaran dengan COD membuat konsumen terbebas dari data-data privasinya yang menyebar, hal tersebut mengantisipasi data-data pribadi yang disalahgunakan.</p>	
		<p>3. Kepercayaan, yaitu pembayaran dengan COD yang membuat kepercayaan konsumen semakin baik terhadap</p>	

¹³ Dini Elida Putri dan Eka Ermawati, *Analisis Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Cash On Delivery Aplikasi Shopee*, Journal Economics Technology And Entrepreneur, Vol. 1, No. 2, (2022), 260.

		produk yang datang sesuai dengan yang diharapkan karena produk dibayar setelah datang.	
Minat Beli (Y)	Minat beli adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan suatu produk. ¹⁴	3. Intensitas pencarian informasi, informasi mengenai suatu produk.	<i>Liker t</i>
		4. Keinginan segera membeli, keinginan untuk membeli atau memiliki produk.	
		5. Keinginan preferensial, produk tertentu inilah yang diinginkan dan bersedia mengabaikan yang lain.	

Sumber: data diolah (2022)

¹⁴ Arief Adi Satria, *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36*, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 2, No. 1, (2017). 47.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun Teknik penelitian data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi sejumlah pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Tujuan kuesioner yaitu untuk memperoleh informasi yang relevan.¹⁵

Pada penelitian ini, variabel diukur menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang mengenai fenomena sosial. Dengan skala *likert*, variabel akan diukur dan diuraikan menjadi indikator variabel. Dengan pilihan setiap item pertanyaan dibuat menggunakan skala likert agar data tersebut subyektif dengan keterangan sebagai berikut¹⁶:

Tabel 3.2
Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

F. Analisis Data

1) Uji Validitas

Uji validitas yaitu uji yang digunakan pada penelitian sebagai ukuran tingkat kevalidan kuesioner.¹⁷ Pada saat menguji validitas semestinya dilakukan setiap butir pertanyaan, kemudian hasil *r* hitung dibandingkan dengan *r* tabel maka dimana *degree of freedom* (*df*) = *n* - 2, *n* merupakan jumlah sampel dengan nilai signifikansi 5% dengan *r* tabel < *r* hitung maka dinyatakan valid.

¹⁵ Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, 130.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, 93.

¹⁷ S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (PT Bumi Aksara: Jakarta, 2006), 74.

2) Uji Reliabilitas

Merupakan uji yang digunakan sebagai ukuran sejauh mana konsistensi pada pertanyaan kuesioner yang tersusun. Pengukuran dalam uji reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach alpha* (α). Suatu pertanyaan dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach alpha* (α) $> 0,70$.¹⁸

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Yaitu uji yang digunakan sebagai alat pada penelitian agar mengetahui distribusi normal atau tidaknya variabel yang digunakan pada penelitian. Apabila ingin mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal, maka dapat di uji menggunakan metode *kolmogorov smirnov*. Data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai asymp signifikan $> 0,05$. Dan begitupun sebaliknya, data dikatakan tidak berdistribusi normal jika nilai asymp signifikan $< 0,05$.¹⁹

2. Uji Multikolinieritas

Bertujuan untuk mengetahui atau menguji apakah ada atau tidaknya korelasi antara variabel independen pada satu model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak adanya korelasi antar variabel independen. Untuk menguji ada atau tidaknya multikolinieritas pada model regresi ialah dilihat R², matrik korelasi variabel-variabel bebas dengan nilai *tolerance* dan lawannya, dan *variance inflation faktor* (VIF). Maka nilai yang digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas yaitu Ketika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 . Dan sebaliknya terjadi masalah apabila multikolinieritas dengan nilai *tolerance* $< 0,1$ dan nilai VIF > 10 .²⁰

3. Uji Heterokedastisitas

Untuk menguji apakah terjadi perbedaan pada variance residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila hasil variance residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain pasti, disebut dengan homokedastisitas, dan apabila berbeda disebut heterokedastisitas.

¹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, 46.

¹⁹ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 187.

²⁰ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 180.

Uji heterokedastisitas dengan menggunakan pendekatan glejser ini bertujuan meregresi variabel independen pada nilai absolut residual. Tidak adanya heterokedastisitas apabila nilai signifikan $> 0,05$ dan terjadinya heterokedastisitas apabila nilai signifikan $< 0,05$.²¹

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan keterkaitan linear antar variabel bebas dan variabel terikat. Apabila nilai variabel independen mengalami peningkatan dan akan mengetahui antara variabel independen dengan variabel dependen berhubungan positif atau negatif dengan rumus:

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

Keterangan:

Y = Minat Beli

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Regresi

X_1 = *Voucher*

X_2 = *Paylater*

X_3 = *Flash Sale*

X_4 = *Cash On Delivery (COD)*

E = Error²²

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Pada uji digunakan untuk mengukur hubungan yang terjadi antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya dari variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen. Apabila R^2 mendekati angka satu maka dapat dikatakan variabel independen terhadap variabel dependen semakin bebas. Dapat diartikan bahwa model digunakan semakin kuat untuk menerangkan variabel dependen.²³

²¹ Gunawan Sudarmanto, *Statistik terapan Berbasis Komputer Dengan Program IBM SPSS Statistics 19*, 256.

²² Jonathan Sarwono, *Statistik Multivariat Aplikasi Untuk Riset Skripsi*, 10.

²³ Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Statistika Ekonomi*, 194.

3. Uji Statistik F

Pada uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh Ketika dimasukan secara bersamaan terhadap variabel dependen. Syarat pengambilan uji statistik F tersebut Ketika nilai signifikan $< 0,05$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (terdapat pengaruh signifikan). Begitu juga sebaliknya jika nilai signifikan $> 0,05$ dan nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak adanya pengaruh signifikan).²⁴

4. Uji Statistik T

Uji statistik F berfungsi apakah terdapat pengaruh satu variabel independen secara parsial ketika menjelaskan variabel dependen. Cara menganalisis uji t dapat diketahui Ketika nilai signifikan $< 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga hipotesis diterima. Begitu juga, apabila hipotesis ditolak dengan nilai signifikan $> 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$.²⁵



²⁴ Djarwanto dan Pangestu Subagyo, *Statistik Induktif*, 269.

²⁵ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, 144.