

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

1. Jenis Penelitian

Creswell mengungkapkan dalam bukunya, case study adalah penelitian yang mana peneliti mengambil kasus pada masa waktu serta aktivitas yang menghasilkan suatu pesan intensif dan spesifik dengan melakukan tahap pengumpulan data selama periode tertentu.¹ Berdasarkan jenis penelitian, penelitian ini menggunakan studi kasus yakni studi kasus toko online Riswashop.

2. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan faktor pendekatan, penelitian ini memakai metode penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif memuat metode kuantitatif yang mana metode kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang dapat diukur, diukur, serta dibandingkan pada skala numerik yang berupa angka-angka.²

Metode kuantitatif ini berdasar pada penelitian eksperimen yang mana digunakan untuk mencari pengaruh variabel bebas pada keadaan yang bisa dikendalikan oleh variabel terikat. Selain itu, metode kuantitatif merupakan penelitian survei yang dipakai untuk mencari sampel pada populasi berupa data, alat untuk mengambil data biasa menggunakan kuesioner.

B. Setting Penelitian

Setting penelitian kaitannya dengan penelitian kuantitatif adalah suatu hal terpenting dan sudah ditentukan pada saat menaruh fokus penelitian. Setting penelitian meliputi waktu dan tempat yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dijadikan sebagai objek penelitian.

¹ Sri Wahyuningsih, *Metode Penelitian Studi Kasus (Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi Dan Contoh Penelitiannya)*, 1st edn (Madura: UTM PRESS, 2013), hlm 3.

² Ana, *Jurnal Analisis Sosiologi*, 'Teknologi Komunikasi dan Perilaku Remaja', 1 (2014).

Adapun penelitian ini dilakukan pada responden Toko Online Riswashop dan mencari data dengan penyebaran kuesioner pada media *google form kepada responden*. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari Tahun 2023.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah dari hasil gagasan umum terkait objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan keistimewaan tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulan.³

Adapun populasi yang diambil dari penelitian ini merupakan Pengguna Shopee yang mengikuti Toko Online Riswashop dengan jumlah 3000 pengikut pada bulan Januari 2023.

2. Sampel

Sampel merupakan pecahan dari jumlah dan karakteristik yang diambil dari populasi. Apabila diambil melalui populasi maka akan kesulitan dalam mempelajari sebab jumlah yang terlalu besar maka pengambilan sampel dilakukan guna mempermudah dan tetap harus mewakili populasi.⁴

Peneliti menggunakan teknik *accidental sampling* merupakan cara yang dipakai untuk menentukan sampel bersumber pada ketidaksengajaan, siapapun dapat secara kebetulan ditemukan oleh peneliti bisa dipakai sebagai sampel jika sampel tersebut tepat sebagai sumber data.⁵

Sampel penelitian ini adalah pengguna shopee yang mengikuti toko online Riswashop. Karakteristik sampel pada penelitian ini yakni responden yang pernah atau sering membeli produk di toko online Riswashop. Jumlah penentuan sampel yang diambil dari populasi yang dikemukakan oleh *Isaac* serta *Michael* dengan tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10% dan berdasarkan *Research Methods For Business* menentukan terkait ukuran sampel penelitian, yakni ukuran sampel yang layak dalam

³ Prof and Hamka, 'Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman', 1.10 (2021).

⁴ Prof and Hamka, 'Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman', 1.10 (2021).

⁵ Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, 1st edn (Depok: Rajawali Pers, 2020), hlm 69.

penelitian adalah antara 30 hingga 500. Ukuran sampel dapat dihitung dari populasi yang diketahui jumlahnya dengan rumus sebagai berikut⁶:

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

λ^2 dengan dk = 1, taraf kesalahan bisa 1%, 5%, dan 10%

P= Q = 0,5 d = 0,05 s = jumlah sampel N = ukuran populasi

$$s = \frac{1^2 \cdot 3000 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2(3000 - 1) + 1^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$s = \frac{750}{7,4 + 0,25}$$

$$s = \frac{750}{7,65} = 98,03$$

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari perhitungan diatas didapatkan jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 98 responden.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Desain Variabel

Variabel merupakan sifat atau jumlah yang memiliki kategorial atau nilai yang dapat dinyatakan dalam bilangan. Variabel mencakup segala yang dapat diukur.

- a) Variabel terikat (variabel dependen), yaitu hal yang mempengaruhi variabel bebas, bisa juga sebagai variabel yang menjadi dasar. Variabel terikat pada penelitian ini yakni minat beli konsumen (Y).
- b) Variabel bebas (variabel independen), adalah bagian variabel yang terbuat dari variabel bebas. Variabel bebas pada penelitian ini yakni iklan (X1) dan kualitas pelayanan (X2).

⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Bandung: ALFABETA, 2013), hlm 86-91.

2. Definisi Operasional Variabel

Pengertian operasional variabel disampaikan Young yang dikutip oleh Koentjaraningrat menyatakan bahwa dasar definisi operasional terletak pada kriteria yang bisa diamati. Definisi operasional diartikan sebagai dasar karakteristik pengamatan yang mengubah rancangan berbentuk susunan kata yang dinyatakan oleh sikap atau tanda yang diamati dan diuji lalu ditentukan kebenaran oleh orang lain.⁷ Untuk lebih jelasnya, peneliti memberikan definisi operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
1	Iklan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attention (perhatian), iklan yang memerlukan bantuan ukuran, warna, tata letak atau suara yang digunakan untuk menarik perhatian khalayak. 2. Interest (minat), iklan harus bisa mempengaruhi konsumen untuk mendengar, membaca atau melihat pesan yang disampaikan agar tertarik dan mempunyai keinginan untuk membeli. 3. Desire (kebutuhan), iklan harus mampu membangkitkan kemauan konsumen untuk memiliki barang atau jasa. 4. Conviction (keinginan), iklan harus bisa membuat kebutuhan konsumen. 5. Action (tindakan), berusaha membujuk calon pembeli. 	Pengukuran variabel iklan yang terdiri dari 10 item pernyataan dengan menggunakan skala likert 1 sampai 5 yang acuannya sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju.

⁷ Fenti Hikmawati, Metodologi Penelitian, 1st edn (Depok: Rajawali Pers, 2020), hlm 202.

<p>2</p>	<p>Kualitas Pelayanan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reliability (Keandalan) kesanggupan memberikan pelayanan sesuai harapan konsumen yang telah dijanjikan meliputi kesamaan pelayanan, tepat waktu, sikap yang sesuai, dan juga teliti terhadap suatu hal. 2. Awareness (Kesadaran), kesadaran penjual dalam melayani customer yang butuh akan bantuan. 3. Attention (Perhatian), pesan yang berupa tindakan nyaman untuk konsumen. 4. Acuracy (Ketepatan), ketepatan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dengan baik. 	<p>Pengukuran variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari 10 item pernyataan dengan menggunakan skala likert 1 sampai 5 yang acuannya sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju.</p>
<p>3</p>	<p>Minat Beli</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat transaksional, kecondongan konsumen untuk membeli produk. 2. Minat referensial, kecondongan konsumen untuk menganjurkan produk kepada orang lain. 3. Minat preferensial, adalah perilaku yang menunjukkan atas preferensi utama yang dimiliki seseorang untuk suatu produk. 4. Minat eksploratif, menyatakan sikap seseorang yang mencari pesan dan karakteristik pendukung terkait produk yang diinginkan. 	<p>Pengukuran variabel minat beli yang terdiri dari 10 item pernyataan dengan menggunakan skala likert 1 sampai 5 yang acuannya sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju.</p>

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

a. Data Primer

Data yang secara langsung didapatkan oleh peneliti dari sumber data disebut dengan data primer.⁸ Peneliti memakai data primer yang dihasilkan dari yaitu pengguna shopee yang mengikuti toko *online* Riswashop dan pernah atau sering membeli produk yang berupa jawaban akan pertanyaan dari peneliti di google form dengan kuesioner.

b. Data Sekunder

Data yang telah ada dari berbagai sumber yang didapatkan oleh peneliti dinamakan data sekunder.⁹ Penelitian ini memperoleh data sekunder dari jurnal, skripsi, internet, maupun buku-buku kepastakaan yang memiliki fungsi pendukung untuk menambah dan menyempurnakan data.

2. Pengumpulan Data

Pengujian hipotesis akan diterima atau ditolak, harus bisa dibuktikan akan keabsahan data di realita lapangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket).

Sekumpulan pernyataan yang digunakan untuk mendapatkan pesan dari responden dinamakan kuesioner. Artinya, kuesioner berisi draf pertanyaan atau pernyataan yang disampaikan oleh audiens secara langsung atau bahkan tidak langsung juga termasuk bagian dari pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Pendistribusian pertanyaan kuesioner disebarakan melalui google form secara online kepada responden yang tidak bertemu secara langsung dan data kuesioner diukur menggunakan skala *Likert*. Skala yang digunakan untuk mengukur perilaku, pandangan, dan gagasan seseorang terkait objek tertentu yang meliputi

⁸ Sandu Siyoto dkk, Dasar Metodologi Penelitian, ed. by Ayup, 1st edn (Yogyakarta: Literasi Media, 2015), hlm 67.

⁹ Sandu Siyoto dkk, Dasar Metodologi Penelitian, ed. by Ayup, 1st edn (Yogyakarta: Literasi Media, 2015), hlm 68.

lima kategori pernyataan dinamakan dengan skala likert. Skala liker dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Instrumen

Skor	Keterangan	Simbol
5	Sangat Setuju	SS
4	Setuju	S
3	Netral	N
2	Tidak Setuju	TS
1	Sangat Tidak Setuju	STS

Sumber : Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*¹⁰

F. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data berupa analisis statistik deskriptif, uji instrumen dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan bantuan program *Statistical Product and Service Slutionfor window* (SPSS). SPSS merupakan sebuah *software* untuk keperluan data statistik. Alasan menggunakan SPSS untuk teknik analisis data karena SPSS memiliki sejumlah kelebihan seperti dapat diakses di berbagai jenis format file data, tampilan data lebih informatif terlebih dalam memberikan informasi ketika terjadi *error*, *missing* data, atau kesalahan, mempermudah dalam akses penggunaan hingga bisa digunakan untuk menganalisa pengaruh variabel terikat dan variabel bebas agar mencapai tujuan penelitian, diantaranya sebagai berikut:

1. Analisis Statistik Deskriptif

Suatu wujud dari analisis yang dilakukan untuk mendefinisikan data seluruhnya variabel-variabel yang ditentukan dengan langkah memperhitungkan data sesuai keinginan peneliti disebut dengan analisis statistic deskriptif. Analisis ini dilakukan dengan memberikan tampilan atau pemaparan yang berdasarkan pada pengalaman atas data

¹⁰ Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D', (Bandung: ALFABETA, 2013), hlm 93-94.

yang dikumpulkan pada penelitian yang diperoleh dari pengolahan data statistik.¹¹

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian dikaitkan pada jarak peneliti dapat mengukur yang seharusnya diukur. Validitas penelitian kuantitatif berasal pada gagasan empiris yang ditekankan pada sikap jujur, kebenaran, bukti, pandangan, fakta dan data numerik.¹²

Percobaan keabsahan riset ini dicoba dengan menyamakan angka r jumlah dengan r hitung. Bila angka r jumlah $>$ dari r bagan serta berharga positif hingga biji persoalan ataupun penanda itu diklaim asi. Angka r jumlah didapat dari hasil output SPSS For Windows 20.0 pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Sebaliknya angka r hitung dihitung dengan memakai metode $df = n-2$.¹³

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji dengan ketepatan dari sebuah hasil penelitian yang memakai berbagai cara penelitian pada waktu dan tempat berbeda. Konsep ini mengarahkan pada ketepatan hasil perolehan dalam item yang ada pada kuesioner peneliti sehingga uji reliabilitas benar-benar menguji ketepatan skala ukuran pada instrumen penelitian. *Alpha's Cronbach* menjadi tes yang sesuai atas konsistensi internal, atau disebut juga dengan *alpha coefficient*. Rentangan nilai koefisien alpha berkisar antara 0 sampai dengan 1. Menurut pendapat ahli, rentang nilai koefisien alpha yang tepat

¹¹ Ratna Wijayanti Daniar Paramita dkk, Metode Penelitian Kuantitatif, 3rd edn (Lumajang: Widya Gama Press, 2021), hlm 76.

¹² Dyah Budiastuti dkk, Validitas Dan Reliabilitas Penelitian (Dilengkapi Analisis Dengan NVIVO, SPSS, Dan AMOS) (Jakarta: Mira Wacana Media, 2018), hlm 146.

¹³ Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hlm 49.

antara 0 sampai 1. dengan keterangan nilai sebagai berikut:¹⁴

0	= Non Reliability (tidak terdapat reliabilitas)
>.70	= Reliabilitas yang dapat diterima
>.80	= Reliabilitas baik, dan
>.90	= Reliabilitas terbaik
1	= Reliabilitas sempurna

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dilengkapi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Pada tahap ini, dilakukan uji asumsi klasik pada iklan (X1), kualitas pelayanan (X2) dan minat beli (Y). Diharapkan uji regresi memperoleh hasil yang relevan, maka ada beberapa tahap selanjutnya:

a. Uji Multikolinearitas

Suatu kejadian yang saling berhubungan dengan wujud nyaris sempurna pada variabel bebas dinamakan multikolinearitas. Dalam bentuk yang tepat semestinya tidak mengali kejadian saling terhubung antara variabel bebas. Multikolinearitas yang ada akan mengakibatkan suatu bentuk regresi mempunyai variasi sehingga tidak mudah memiliki perkiraan yang tepat. Multikolinieritas dapat diketahui dengan menyadari nilai *Variance Inflation Factor* atau biasa disebut dengan VIF yang mana jika nilai VIF di atas 10 maka dikatakan multikolinearitas berbahaya atau tidak lolos dari uji multikolinearitas.¹⁵

b. Uji Autokorelasi

Suatu hubungan antara anggota observasi satu dengan observasi yang lain dengan berlawanan waktu disebut dengan autokorelasi. Hal tersebut berkaitan

¹⁴ Dyah Budiastuti dkk, Validitas Dan Reliabilitas Penelitian (Dilengkapi Analisis Dengan NVIVO, SPSS, Dan AMOS) (Jakarta: Mira Wacana Media, 2018), hlm 210-211.

¹⁵ Ratna Wijayanti Daniar Paramita dkk, Metode Penelitian Kuantitatif, 3rd edn (Lumajang: Widya Gama Press, 2021), hlm 85.

dengan pandangan suatu metode kuadrat paling kecil atau biasa disebut dengan OLS. Autokorelasi juga diartikan sebagai hubungan antara satu residual dengan residual yang lain. Pengujian Durbin-Watson dapat dilakukan untuk menguji autokorelasi untuk tingkat pengujian autokorlasi sebagai berikut:

Tabel 3.3
Tabel Durbin Watson

Wilayah Pengujian	Simpulan
$d < d_L$	Terdapat autokorelasi
$d_L < d < d_U$	Ragu-ragu
$d_U < d < 4 - d_U$	Tidak terdapat autokorelasi
$4 - d_L < d$	Terdapat autokorelasi negatif

Sumber: Ratna Wijayanti Daniar Paramita, dkk. *Metode Penelitian Kuantitatif*¹⁶

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan kerangka regresi yang dilakukan untuk mendapatkan bentuk yang tidak sama baik dari residual maupun pengamatan satu ke pengamatan lain. Apabila bentuk residual ke pengamatan lain maka disebut dengan homoskedastisitas. Sebaliknya, apabila terdapat perbedaan maka dinamakan dengan heteroskedastisitas. Bentuk regresi yang tepat yaitu bentuk yang tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁷

d. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan dengan memperhatikan normal tidaknya nilai *residual*. Bentuk regresi yang tepat memiliki nilai *residual* dengan distribusi normal. Data yang baik yaitu

¹⁶ Ratna Wijayanti Daniar Paramita dkk, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 3rd edn (Lumajang: Widya Gama Press, 2021), hlm 87.

¹⁷ Echo Perdana K, *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*, ed. by Christianingrum, 1st edn (Bangka Belitung: LAB KOM MANAJEMEN FE UBB, 2016), hlm 49.

data yang normal dalam pendistribusian. Ada dua yang digunakan dalam mengetahui data normal atau tidak, yakni dengan mengamati hasil gambar *P-Plot of RegressionStandardized Residual* dengan kriteria sebagai berikut.

- 1) Hasil uji gambarnya memperoleh titik-titik mengikuti arah garis diagonal, sehingga data tersebut distribusinya normal dan wajar
- 2) Hasil uji gambarnya memperoleh titik-titiknya tidak mengikuti arah garis diagonal sehingga data tersebut distribusinya tidak normal¹⁸

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan turunan dari analisis regresi sederhana, perbedaan hanya terletak pada variabel bebas. Analisis regresi linear berganda memiliki lebih dari satu variabel bebas dengan persamaan sebagai berikut¹⁹:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Dengan Y merupakan variabel dependen dan X merupakan variabel independen, konstanta dilambangkan dengan α , dan koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas dilambangkan dengan β .

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t parsial dimaksudkan untuk mengetahui yang terjadi tiap-tiap variabel independen yang bisa menjelaskan variabel dependen di penelitian, t-tabel diperoleh melalui $df = (n-k-1)$ dengan nilai signifikansi 0,05 sebagai penelitian sosial dan penelitian bursa memiliki toleransi hingga 0,10.²⁰

¹⁸Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariant Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), hlm 99-100.

¹⁹Echo Perdana K, *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*, ed. by Christianingrum, 1st edn (Bangka Belitung: LAB KOM MANAJEMEN FE UBB, 2016).

²⁰Echo Perdana K, *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*, ed. by Christianingrum, 1st edn (Bangka Belitung: LAB KOM MANAJEMEN FE UBB, 2016), hlm 65-66.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Nilai F hitung $>$ F tabel berarti ada pengaruh secara simultan signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat, atau bisa juga dengan signifikansi di bawah 0,05 untuk penelitian sosial dan untuk penelitian bursa kadang-kadang digunakan toleransi sampai 0,10.²¹

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dimaksudkan untuk menjelaskan variabel dependen dapat membentuk model yang baik atau tidak. Nilai R mempunyai nilai antara 0 sampai dengan 1 dimana nilai yang mendekati 1 berarti semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varian variabel terikatnya.²²



²¹ Echo Perdana K, Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22, ed. by Christianingrum, 1st edn (Bangka Belitung: LAB KOM MANAJEMEN FE UBB, 2016), hlm 65.

²² Echo Perdana K, Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22, ed. by Christianingrum, 1st edn (Bangka Belitung: LAB KOM MANAJEMEN FE UBB, 2016), hlm 65.