

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

*Field Research* atau penelitian dengan terjun langsung ke lapangan adalah teknik yang digunakan dalam penelitian ini. Data didapat dengan menggunakan kuesioner. Penelitian kuantitatif menekankan pada fenomena objektif dan merupakan penelitian kuantitatif. Numerik, pemrosesan statistik, struktural, dan eksperimen terkontrol digunakan untuk memaksimalkan objektivitas desain penelitian ini.<sup>1</sup>

### B. Setting Penelitian

Penelitian dilakukan terhadap mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus, yang berbelanja di Marketplace Shopee. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Kuesioner dibagikan kepada mahasiswa untuk dilakukan analisis data kemudian digunakan untuk penyusunan laporan penelitian.

### C. Populasi dan Sample

#### 1. Populasi

Populasi adalah subjek dari keseluruhan penelitian, ada karakteristik tertentu yang dapat disesuaikan dengan keinginan anda sendiri sebagai peneliti untuk menarik kesimpulan untuk studi yang lebih lanjut.<sup>2</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2018. Dari hasil observasi populasi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2018 berjumlah 218. Jadi jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 218.

#### 2. Sample

Sample adalah kuantitas dan fitur yang dimiliki sebagian menurut populasi. Teknik pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan *Probability Sampling*

---

<sup>1</sup> Asep Saepul Hamdi, “*Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*”, (Yogyakarta : DEEPUBLISH, 2014), 5.

<sup>2</sup> Ul’faah Haeny, “*Pengantar Statiska*”, ( Bandung : PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA, 2021), 35.

yaitu Teknik pengambilan sampel memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel. Sedangkan metode pengambilan sample menggunakan *Simpel Random System* yaitu Cara pengambilan sampel dari suatu populasi menggunakan random, tanpa memperhatikan strata (tingkatan) dalam populasi tersebut.<sup>3</sup>

Untuk menentukan sample dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin. Rumus slovin untuk mencari sample adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah Sample

$N$  = Total Populasi

$e$  = Tingkat kesalahan dalam pengambilan keputusan

Berdasarkan rumus diatas maka perhitungan sample pada penelitian ini adalah :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{218}{1+218(0,1)^2} = \frac{218}{3,18} = 75$$

Jadi, hasil dari perhitungan tersebut diperoleh jumlah sample sebanyak 75 Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2018 yang akan dijadikan responden.

#### D. Desain dan Definisi Operasional Variable

Definisi operasional adalah indikasi bagaimana mengukur variabel. Dengan membaca definisi operasional dalam penelitian, peneliti akan mengetahui ukuran suatu variabel, sehingga peneliti dapat memahami seberapa baik atau buruk ukuran tersebut.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Dominikus Dolet Unaradjan, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”, ( Jakarta : Grafindo, 2019), 112-114.

<sup>4</sup> Sandu Siyoto, “*Dasar Metodologi Penelitian*”, ( Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015), 16.

Tabel 3.1

## Definisi Operasional

NO	Variable	Definisi	Indikator	Skala
1	Gratis Ongkir (X 1)	Menurut Shoffi'ul Auli, promosi Gratis ongkos kirim dengan menawarkan gratis ongkos kirim kepada pembeli agar Konsumen tidak keberatan membeli Konsumen akan membuat keputusan konsumsi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Tambahan ongkos kirim untuk pembelian produk tertentu.</li> <li>b) Menawarkan pengiriman gratis dalam bentuk kupon, hingga pembelian.</li> <li>c) Pengiriman gratis reguler.</li> <li>d) Diskon biaya pengiriman untuk jumlah pembelian minimum tertentu.</li> <li>e) Undian Kupon Pengiriman Gratis di Shopee dalam jangka waktu tertentu.</li> <li>f) Kupon Tanam Game Shopee</li> </ul>	Likert
2	Iklan ( X 2 )	Menurut Muhammad Alimin, Iklan Sebagai pesan untuk menawarkan produk dan kirim ke Dengan media, dengan membayar ruang atau	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Produk flash sale premium.</li> <li>b) Harga produk masih terjangkau bila tidak ada flash sale.</li> <li>c) Keamanan bertransaksi selama flash sale.</li> <li>d) Belanja mudah selama</li> </ul>	Likert

		waktu Disediakan oleh media massa untuk disiarkan atau diumumkan informasi.	FlashSale	
3	Flash Sale (X 3 )	Menurut Amalina Maryam Zakiyyah, Flashsale adalah penawaran produk dengan diskon dan kuantitas waktu terbatas. Flash Sale atau juga dikenal dengan "Deals of the Day", Bagian dari promosi yang menawarkan penawaran atau diskon khusus kepada pelanggan untuk produk tertentu untuk waktu yang terbatas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Konten iklan Daya tarik iklan kosmetik.</li> <li>b) Preferensi Konsumen untuk Informasi Iklan Kosmetik.</li> <li>c) Pesan tayangan iklan</li> <li>d) Kepercayaan konsumen terhadap pesan iklan kosmetik</li> </ul>	Likert

4	Minat Pembelian ( Y )	Menurut Sri Rezeki, Minat pembelian tidak hanya mencakup pola perilaku konsumen dalam meraih kepuasannya, namun minat pembelian juga akan sanget terkait dengan banyak pilihan yang harus ditentukan oleh konsumen tersebut, misalnya saja tentang membeli atau tidak membeli, memilih merek atau memilih untuk melakukan tindakan-tindakan tertentu yang dianggap perlu oleh konsumen.	Minat pembeli dalam pembelian barang yang di inginkan.	Likert
---	-----------------------	---	--	--------

## E. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah produk dari validasi. Validasi adalah proses yang dilakukan oleh penyusun atau pengguna instrumen untuk mengumpulkan data secara empiris untuk mendukung kesimpulan yang diperoleh dari skor instrumen. Pengujian validitas dirancang untuk mengukur seberapa akurat tes tersebut menjalankan fungsinya, apakah alat ukur yang telah diprogramkan benar-benar dapat mengukur apa yang perlu diukur. Tes ini dirancang untuk mengukur apakah kuesioner itu valid. Pada dasarnya uji validitas mengukur validitas setiap pertanyaan yang digunakan dalam penelitian. Dalam praktiknya, data sekunder tidak memerlukan uji validitas. Dalam uji validitas, jumlah jawaban/total untuk setiap pertanyaan/pernyataan dan pertanyaan/pernyataan yang digunakan pada setiap variabel. Kriteria uji validitas adalah membandingkan nilai  $r$  hitung (pearson correlation) dengan nilai  $r$  tabel.<sup>5</sup>

Kriteria pengujian uji validitas yaitu:

- Jika  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  atau nilai  $p\text{-value} < \text{nilai } \alpha$  (0,05) maka instrumen penelitian dinyatakan **valid**.
- Jika  $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$  atau nilai  $p\text{-value} > \text{nilai } \alpha$  (0,05), maka instrumen penelitian dinyatakan **invalid**.

### 2. Uji Reliabilitas

Konsep reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran yang digunakan dapat diandalkan dan bebas dari kesalahan pengukuran. Uji reliabilitas instrumen adalah untuk mengetahui apakah data yang diperoleh reliabel atau tangguh.<sup>6</sup> Untuk menguji reliabilitas instrumen dapat dilakukan dengan bantuan SPSS.

Adapun kriteria pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

- Apabila nilai cronbach's alpha  $> 0,7$  maka dinyatakan reliabel.

---

<sup>5</sup> Budi Darma, "Statistika Penelitian Menggunakan SPSS", (Jakarta: Guepedia, 2021), 7-8.

<sup>6</sup> Budi Darma, "Statistika Penelitian Menggunakan SPSS", 17.

- Apabila nilai cronbach's alpha  $< 0,7$  maka dinyatakan kurang reliable.

## F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan yang akan digunakan dalam penelitian ini ialah dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner atau angket adalah metode yang digunakan sebagai pengumpulan data untuk mempelajari tentang seorang individu dengan memberikan beberapa pertanyaan tentang berbagai aspek kepribadian individu. Melalui kuesioner, konselor dapat memperoleh berbagai data tentang individu dalam waktu yang relatif singkat. Oleh karena itu, dibandingkan dengan metode lain untuk memahami individu, kelebihan kuesioner adalah dapat dilakukan dalam jumlah yang besar dengan waktu yang singkat, dan dapat mengungkapkan semua aspek kepribadian individu.<sup>7</sup> Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan metode tertutup, dan variabel diukur menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan pendapat individu atau kelompok tentang fenomena tertentu. Fenomena yang akan diteliti adalah variabel penelitian. Variabel penelitian yang diukur dengan skala likert akan ditransformasikan menjadi variabel indikator, selanjutnya variabel indikator tersebut akan digunakan sebagai tolak ukur untuk menyusun item-item alat.

Jawaban responden yang diukur dengan skala *likert* ini memiliki variasi skor mulai dari sangat positif sampai sangat negatif. Berikut variasi skor yang digunakan untuk mengukur jawaban responden:

- 1) Skor 5 : sangat setuju
- 2) Skor 4 : setuju
- 3) Skor 3 : ragu-ragu/netral
- 4) Skor 2 : tidak setuju
- 5) Skor 1 : sangat tidak setuju.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Susilo Rahardjo, "*Pemahaman Individu Teknik Nontes*", ( Jakarta : Kencana, 2011), 94.

<sup>8</sup> Lijan Poltak Sinambella, "*Metode Penelitian Kuantitatif*", "(Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 144.

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas adalah pengujian untuk mengetahui adanya residual/perbedaan yang berdistribusi normal atau tidak normal dalam suatu penelitian. Jika data berdistribusi normal, residual dapat dilihat dari kurva pada output analisis SPSS, yaitu kurva berbentuk lonceng. Secara deskriptif, uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan residual regresi histogram standar. Secara statistik, uji normalitas dapat dilakukan dengan analisis eksplorasi dan penggunaan nilai signifikan pada kolom Kolmogrov-Smirnov.<sup>9</sup> Teknik analisisnya sebagai berikut :

- Jika nilai probability sig 2 tailed  $> 0,05$ , maka distribusi data normal.
- Jika nilai probability sig 2 tailed  $< 0,05$ , maka distribusi data tidak normal.

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dirancang untuk menguji ketidaksamaan varians dalam model regresi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varians dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, disebut homoskedastis, dan jika berbeda disebut heteroskedastis. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas yakni :

- Jika nilai signifikansi  $> a = 0,05$ , kesimpulannya adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansi  $< a = 0,05$ , kesimpulannya adalah maka terjadi Heteroskedastisitas.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Imam Machali, "Metode Penelitian Kuantitatif", ( Yogyakarta : MPI, 2017), 85.

<sup>10</sup> Nikolaus Duli, " Metedologi Penelitian Kuantitatif", (Sleman : Deepublish, 2019), 122.

### c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dirancang untuk menilai apakah terdapat korelasi yang signifikan antara variabel independen. Jika terdapat hubungan yang cukup tinggi (signifikan) berarti aspek yang diukur dalam variabel independen adalah sama. Hal ini tidak layak untuk menentukan variabel bebas. Kontribusi suatu variabel terhadap variabel terikat.<sup>11</sup>

Uji multikolinieritas dengan spss dilakukan dengan uji regresi, dengan patokan nilai VIF (*variance inflation factor*) dan koefisien korelasi antar variabel bebas. Kriteria yang digunakan adalah :

- VIF > 10, maka diduga terjadi masalah multikolinieritas.
- VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.
- *Tolerance* < 0,1, maka diduga terjadi masalah multikolinieritas.
- *Tolerance* > 0,1, maka tidak terjadi masalah multikolinieritas.<sup>12</sup>

## 1. Uji Hipotesis

### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui hubungan dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga variabel independen yaitu Gratis Ongkir (X1), iklan (X2), dan Flashsale (X3), serta minat pembelian sebagai variabel dependen.<sup>13</sup>

digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 + e$$

Keterangan :

Y	: Minat Pembelian
a	: Konstanta
b <sub>1</sub> , b <sub>2</sub> , b <sub>3</sub>	: Koefesien Regresi
X <sub>1</sub>	: <i>Gratis Ongkir</i>
X <sub>2</sub>	: <i>Iklan</i>

<sup>11</sup> Imam Machali, "Metode Penelitian Kuantitatif", 135.

<sup>12</sup> Rochmat Aldy Purnomo, "Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS," (Ponorogo: Wade Group, 2016), 116.

<sup>13</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, "Metode Riset Penelitian Kuantitatif," (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 140.

$X_3$  : *Flashsale*  
 $e$  : Standar Error

**b. Uji Simultan (Uji-F)**

Tujuan dari uji F adalah untuk menguji apakah variabel independen juga berpengaruh besar terhadap variabel dependen. Berikut adalah langkah-langkah uji-f:<sup>14</sup>

- Tolak  $H_0$  jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $sig < 0,05$  (variabel bebas juga berpengaruh besar terhadap variabel bebas).
- $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $sig > 0,05$  (variabel bebas juga tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel bebas).

**c. Uji Parsial (Uji-t)**

Uji-t (t-test) adalah uji koefisien regresi parsial yang dirancang untuk menentukan signifikansi parsial pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lainnya dianggap konstan. Uji-t atau disebut juga uji-t sampel adalah uji hipotesis atau uji beda nyata dan merupakan uji parsial. Uji hipotesis merupakan pengujian yang dirancang sebagai uji hipotesis yang telah ditentukan, apakah hipotesis itu benar atau salah (diterima atau ditolak). Dengan pengujian hipotesis, peneliti akan menguji berbagai teori yang berkaitan dengan masalah yang sedang dipelajari/ diteliti. Uji hipotesis Uji t merupakan uji hipotesis yang digunakan untuk menilai ada tidaknya perbedaan antara rata-rata sampel yang diambil, sehingga uji t disebut juga uji rata-rata.<sup>15</sup> Langkah-langkah pengujian ini dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ , ketentuannya antara lain:

- 1) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $sig > 0,05$  (5%) maka  $H_0$  diterima (variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen).
- 2) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $sig < 0,05$  (5%) maka  $H_0$  ditolak (variabel independen secara parsial

---

<sup>14</sup>Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, “*Metode Riset Penelitian Kuantitatif*,” 142-143.

<sup>15</sup> Muhammad Yusuf dan Lukman Daris, “*Analisis Data Penelitian*”, (Bogor : IPB Press, 2018), 134.

berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen).<sup>16</sup>

**d. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dalam analisis regresi linier didasarkan pada penggunaan jumlah kuadrat dan kuadrat terkecil. Penggunaan  $R^2$  lebih populer karena dapat menggambarkan ketatnya hubungan regresi antara variabel terikat dan variabel bebas.<sup>17</sup>



---

<sup>16</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, “*Metode Riset Penelitian Kuantitatif*,” 141.

<sup>17</sup> Jaka Nugraha, “*Pengantar Analisis Data Kategorik*”, ( Yogyakarta: Deepublish, 2013), 191.