

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Berdasarkan sumber data yang digunakan, jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Penelitian lapangan memiliki tujuan untuk mengetahui lebih dalam latar belakang, status terakhir, dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan sosial. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Pengaruh Variasi Produk, Harga, customer review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab di Shopee.¹

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang terdiri dari angka-angka yang digunakan untuk membantu menganalisis statistik.²

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono Populasi adalah penduduk disuatu daerah dan terdiri atas objek atau subjek peneliti yang memiliki ciri-ciri yang samadan kemudian ditentukan, dipelajari, serta diambil kesimpulannya oleh peneliti.³

Adapun yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen shopee di Desa Tenggeles. Oleh karena itu, penelitian ini jumlah populasinya tidak terhingga.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari sesuatu yang menunjukkan sifat tertentu. Sampel yang diambil adalah sampel yang bisa mewakili populasi tertentu. Penulis memilih menggunakan teknik Non Probability Sampling dengan aksidental Sampling (siapa saja yang kebetulan ditemui peneliti) dalam pengambilan sampelnya.

Dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga, sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lameshow dibawah ini yaitu:⁴

¹ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997),8

² Sugiyono, *Metode Pelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: ALFABRTA, 2013),12

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : alfabeta, 2007, 115.

⁴ Suharyadi dan Purwato, *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), Ed. 3, 77.

$$n = \frac{Z^2 x P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

z : Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p : maksimal estimasi 0,5

d : alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{Z^2 x 0,5(1 - 0,5)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 x P(1 - P)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416.0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04= 96 orang, setidaknya yang menjadi responden peneliti harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 96 orang.

C. Desain dan Definisi Oprasional Variabel

1. Desain Varibel

Variabel merupakan sesuatu yang digunakan untuk membedakan atau merubah nilai sebagai sinonim yang dinyatakan dengan angka atau nilai. Suatu sifat yang memiliki bermacam nilai juga di sebut dengan variabel.⁵

a. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab ari variabel lainnya. Variabel ini juga sering disebut dengan variabel bebas.⁶ Dalam penelitian ini ada tiga variabel yang di gunakan

- 1) Variasi Produk
- 2) Harga
- 3) Customer Review

⁵ Tony Wijaya, *Metode Penelitian Ekonimi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 13.

⁶ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*,(Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), 13.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen yaitu variabel yang disebabkan atau dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel ini sering disebut dengan variabel terikat.⁷

2. Definisi Oprasional Variabel

Tabel 3. 1 Definisi Oprasional Variabel

No	Variabel	Definisi Oprasional	Indikator	Skala
1	Variasi Produk (X ₂)	Keanekaragaman produk yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli. ⁸	Variasi ukuran produk yang ditawarkan pada online shopee sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.	Likert
			Shopee menyediakan produk berbagai merek.	
			Shopee menyediakan produk berbagai merek	
2	Harga (X ₃)	Nilai yang disebutkan dalam rupiah (satuan moneter) sebagai alat tukar untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. ⁹	1. Produk memiliki harga yang layak atau pantas	Likret
			2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	
			3. Harga yang ditawarkan di shopee	

⁷ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, 13.

⁸ Hendri Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional*, 441

⁹ William J. stanton, *Prinsip Pemasaran Jilid 1*, terj. Yohanes Lamarto(Jakarta: Erlangga, 1989), 310.

			memiliki harga yang lebih rendah	
			4. Adanya diskon atau potongan harga dengan kuantitas tertentu	
3	Customer Review (X_1)	Ulasan layanan pelanggan online yang sangat berpengaruh jika konsumen dalam menduga suatu barang atau kriteria produk. ¹⁰	<p>1) Kesadaran konsumen akan adanya fitur ulasan produk</p> <p>2) Konsumen sering menggunakan fitur ulasan produk sebagai sumber informasi yang terkait dengan produk</p> <p>3) Ulasan produk berpengaruh terhadap seleksi produk oleh konsumen.</p> <p>4) Perbandingan ulasan produk satu dengan yang lainnya</p>	Likert
	Keputusan Pembelian	Keputusan untuk memilih suatu	1) Konsumen membeli	Likert

¹⁰ Taesar Wahyudi dkk, "Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Reting Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram pada Pembelian Produk Fshion Shopee Online Shop" Fkutas Ekonimi dan Bisnis Unram, Vol, 19, No 1,2

	(Y)	tindakan dari dua atau lebih dari pilihan alternatif tersebut. ¹¹	produk karna faktor kebutuhan	
			2) Konsumem membeli produk kara faktor keamanan	
			3) Konsumen memutuskan membeli produk karna faktor keinginan	
			4) Konsumen memutuskan membeli produk karna faktor kemudahan	

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode koesioner atau angket. Koesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Kuesioner bisa berupa pertanyaan/ pernyataan tertutup atau terbuka dan penyebarannya bisa langsung diberikan kepada responden atau mellu google from.¹² Metode ini di gunakan untuk memperoleh data dari responden mengenai pengaruh, variasi produk, harga, customer review terhadap keputusan pembelian produk fashion muslimah di shopee.

Koesioner dalam penelitian ini di desain dengan pernyataan terbuka. Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan koesioner kepada responden secara langsung dengan melalui google from. Jawaban dari setiap item instrumen menggunakan skala likret akan diberikan skor berbeda yaitu: sangat tidak setuju (skor 1), tidak setuju (skor 2), netral (skor 3), setuju (skor 4), sangat setuju (skor 5).

¹¹ Ujang Samarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi 2* (Bogor Ghalia Indonesia,2011), 357.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*,199

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur kevalidan suatu instrumen. Jika pertanyaan terkait mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh koesioner tersebut maka dapat dikatakan valid. Pembuktian uji validitas dapat dilihat dari pengujiannya dengan membandingkan hasil rhitung dengan rtabel dimanadf = n-2 (n adalah jumlah sampel). Jika rtabel < rhitung dan bernilai positif maka intrumen tersebut valid.¹³

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas berkaitan dengan kepercayaan terhadap instrumen. jika hasil pengujian atau tes instrumrn hasilnya tetep dari waktu kewaktu dapat dikatakan suatu instrumen tersebut memiliki tingkat kepercayaan atau keandalan yang tinggi. Dengan melihat output nilai cronbach's alpha. Suatu instrumen dikatakan relible jika memiliki batas nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60.¹⁴

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk melihat penyerbaran data. Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearita dan uji heterokedastisitas

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel teikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi data normal atau tidak. Data yang memiliki atau terdektekdi normal merupakan model regresi yang terbaik.

Data dikatakan berdistribusi nomal apabiala nilai signifikanniyna >0,05. Sedangkan yang nilai signifikansinya <0,05 maka data distibusinya tidak normal.¹⁵ Selian itu data dikatakan berdidtribusi normal juga dapat dilihat dari plot (grafik), jadi data yang menunjukkan pola distribusi normal

¹³ Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (Semarang : BP Universitas Diponegoro, 2011,52-53.

¹⁴ Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20* (Yogyakarta : Andi Offset), 187.

¹⁵ Musrikin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu Press & Mibarda Pusblishing), 106-110

jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis.¹⁶

b. Uji multikolinearitas

Untuk menguji apakah dalam model regresi ditentukan adanya korelasi antara variabel bebas (Independen) dapat menggunakan uji multikolinearitas. Apabila tidak terjadi korelasi diantara variabel independen model regresi tersebut baik. Mutikolinariitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Jika nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karen $VIF=1/Tolerance$). Nilai cotoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance $< 0,01$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$.¹⁷

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji apakah terjadi ketidak samaan antara variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain dalam mepdel regresi dapat menggunakan uji ini. Jika varianci dari residual satu pengamatan lain tetap maka di sebut homokedastistisan. Begitupun sebaliknya jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda disebut heteroskedastisitas.¹⁸

Dalam mendeteksi keheterodastisitas dapat dilihat dari grafik plit dengan mengplotkan nilai ZPRED (Nilai Produksi). Selain itu juga dapat dilihat dari ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y telah diprediksi, dan X adalah residual.¹⁹

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi yang bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh variabel bebas atau variabel independen terhadap variabel terikat atau dependen. Dalam penelitian ini menggunakan analisi regresi linier berganda. Hal ini dikarenakan variabel bebas yang gunakan dalam penelitian ini lebih dari satu. Analisi regresi linier berganda juga digunakan untuk menguji signifikan

¹⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, Semarang : Undip),163.

¹⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, 105-106

¹⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS19*, 139

¹⁹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, 139

atau tidaknya hubungan lebih dari dua variabel melalui keefesian regerannya.²⁰ Persamaan regresi umum sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Dari persamaan tersebut, maka didapat persamaan dalam penelitian ini adalah:

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

Keterangan:

- Y = Penghindaran Pajak
- A = Konstanta
- b₁₋₃ = Koefisien Regresi
- X₁ = Online Customer Review
- X₂ = Variasi Produk
- X₃ = Harga
- e = koefisien eror.

Koefesien determinan uji statistik F dan uji statistik t digunakan sebagai alat analisis dalam uji hipotesis ini.

a. Uji Koefesien Determinasi

Koefesien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menjelaskan atau menerangkan variasi variabel dependen. Jika nilai R² yang didapat kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan dependen amat terbatas.²¹ Nilai dari koefesien determinasi akan muncul antara nol dan satu. Jika nilai mendekati satu maka dapat diartikan variabel variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.²²

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen dengan variabel dependen secara simultan. Pengujian ini melalui uji F atau variasinya dengan membandingkan F- hitung (F_h) dengan F- tabel (F_t) pada derajat signifikansi 5%.

- 1) F_{hitung} > F_{tabel}, atau apabila probabilitasnya kurang dari 5% hal ini menunjukan adanya pengaruh yang signifikan variabel terhadap variabel dependen maka keputusan Ho di tolak dan Ha diterima

²⁰ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistika*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2006),5.

²¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, 36

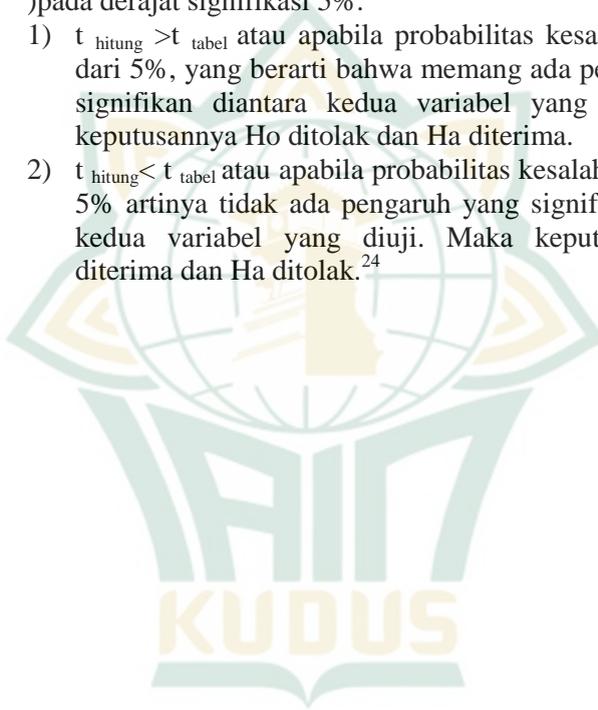
2) $F_{hitung} > F_{tabel}$, apabila probabilitas kesalahan lebih dari 5% hal ini tidak berpengaruh yang signifikan variabel terhadap variabel dependen. Maka keputusan nya H_0 di terima dan H_a ditolak.²³

c. Uji t (Persial)

Untuk menguji pengaruh variabel independen digunakan uji t yang berfungsi untuk menguji keberatian koefesien regresi linier berganda secara parsial. Pengujia melalui uji t dilakukan dengan membandingkan (t_{hitung}) dengan (t_{tabel}) pada derajat signifikasi 5%.

1) $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau apabila probabilitas kesalahan kurang dari 5%, yang berarti bahwa memang ada pengaruh yang signifikan diantara kedua variabel yang diuji. Maka keputusannya H_0 ditolak dan H_a diterima.

2) $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau apabila probabilitas kesalahan lebih dari 5% artinya tidak ada pengaruh yang signifikan diantara kedua variabel yang diuji. Maka keputusannya H_0 diterima dan H_a ditolak.²⁴



²³ Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariati dengan Program IBM SPSS, 88

²⁴ Tony Wijaya, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 127-128