

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:3) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah ini berarti kegiatan penelitian yang didasari dari ciri khas keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis. Data yang diperoleh melalui penelitian ini adalah data empiris yang mempunyai kriteria dan karakteristik tertentu atau valid.

1. Jenis Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik, agar dapat memperoleh hasil yang signifikan secara parsial dari variabel yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2017:8) Pendekatan ini berawal dari suatu kerangka gagasan, teori para ahli, maupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan beserta pemecahannya yang diajukan untuk memperoleh pembenaran atau penilaian dalam bentuk dukungan data empiris di lapangan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif yang bersifat kausal. Sugiono (2016:59) metode asosiatif yang bersifat kausal adalah hubungan sebab akibat yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih.

2. Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas (independent) yaitu persepsi kemudahan penggunaan (X1) dan komunikasi mulut ke mulut melalui internet (X2) dengan variabel terikat (dependent) yaitu keputusan pembelian (Y).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Dikarenakan pengguna Shopee tersebar luas di seluruh Indonesia, maka dalam penelitian ini peneliti akan melakukan penelitian kepada pengguna yang tersebar di Indonesia dan dapat dilakukan dimana saja. Objek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi *e-commerce* Shopee bulan Februari 2022 – Agustus 2022 sedangkan waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2022 sampai dengan Bulan Agustus 2022.

C. Populasi dan Sampel Populasi

1. Populasi

Sugiyono (2018:80) menyatakan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pengguna aplikasi Shopee yang jumlah populasinya tidak diketahui.

2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:118) sampel penelitian adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode pemilihan sampel menggunakan *non purposive* sampling yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan jenis *purposive* sampling yang merupakan teknik pengambilan sampling dengan kriteria atau pertimbangan tertentu. Kriteria yang digunakan ialah responden yang menggunakan aplikasi Shopee. Karena pengguna terlalu banyak sehingga tidak dapat dihitung, maka peneliti menggunakan metode *lemeshow* untuk mengetahui besarnya sampel *representative*. Adapun rumus metode *lemeshow* adalah sebagai berikut :

$$n = Z^2 \frac{1 - a/2 \cdot p \cdot (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang dicari

$Z^2 1 - a/2$ = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

d = Alpa (0,1) atau sampling error = 5%

P = Proporsi diasumsikan 0,5

Berikut adalah perhitungan jumlah sampel menggunakan metode *lemeshow* :

$$n = \frac{1,92^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,05^2} = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,0025} = \frac{0,9604}{0,0025} = 384$$

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 384 responden, namun untuk memudahkan penelitian maka jumlah sampel dibulatkan menjadi sebanyak 385 responden.

D. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Dimana data ini didapat langsung melalui pengisian kuesioner dari pengguna aplikasi Shopee.

Sedangkan data sekunder menurut Sugiyono (2018:456) yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, melalui orang lain atau melalui dokumen. Dapat disimpulkan bahwa data ini diperoleh secara tidak langsung, langsung ataupun historis dalam arsip. Data sekunder yaitu data dengan metode kepustakaan yang membahas tentang persepsi kemudahan penggunaan dan komunikasi mulut ke mulut melalui internet terhadap keputusan pembelian.

2. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, peneliti melakukan teknik pengumpulan data dengan cara sebagai berikut :

a. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab.

b. Observasi

Merupakan teknik yang dilakukan dengan observasi secara langsung terhadap kondisi dalam perusahaan dan dilakukan dalam waktu tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian.

c. Studi Kepustakaan

Merupakan metode pengumpulan data dengan mempelajari literatur yang relevan dengan penelitian untuk mendapatkan gambaran teoritis mengenai konsep variabel penelitian.

E. Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan penjelasan atau penjabaran dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5 berikut :

Tabel 5.
Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X ₁)	Davis dalam Lai (2017:4) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem.	1. Mudah Dipelajari 2. Dapat Dikontrol 3. Jelas & Dapat Dipahami 4. Fleksibel 5. Mudah Untuk Menjadi Terampil 6. Mudah Digunakan	<i>Skala Likert</i>
2.	Komunikasi Mulut Ke Mulut Melalui Internet (X ₂)	Goyette <i>et al</i> dalam priansa (2017:353) komunikasi mulut ke mulut melalui internet merupakan pesan positif atau negatif yang dibuat oleh pelanggan potensial, saat ini dan pelanggan sebelumnya melalui internet.	1. Intensitas 2. <i>Valance Of Opinion</i> 3. <i>Content</i>	<i>Skala Likert</i>

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Kotler dan Keller (2016:194) menyatakan keputusan pembelian adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.	1. Tujuan Membeli Sebuah Produk 2. Pencarian Informasi 3. Kebiasaan Dalam Membeli Produk 4. Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain 5. Melakukan Pembelian Ulang	<i>Skala Likert</i>

F. Teknik Analisis Data

Tujuan dari teknik analisis data adalah untuk menjawab rumusan masalah ataupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data-data yang telah dikumpulkan kemudian diolah sehingga dapat diambil kesimpulan yang sesuai dengan uji yang akan digunakan nantinya. Pada kesimpulan tersebut akan diketahui bagaimana pengaruh antar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Skala dan Penafsiran

Sesuai dengan apa yang telah disampaikan sebelumnya bahwa penelitian ini menggunakan kuesioner dan skala *likert*. Menurut Sugiyono dalam Muhammad Rifai (2015:75) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, opini, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial.

Skala *likert* mengubah variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel, kemudian indikator-indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Secara umum kategori penilaian yang digunakan pada skala *likert* adalah 1-5 dan penilaian skor masing-masing angka ditunjukkan pada tabel 6 sebagai berikut :

Tabel 6.
Metode Pengumpulan Data

Predikat	Nilai
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber : Sugiyono (2019:41)

Dengan menggunakan *likert*, maka variabel dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan inilah yang diolah menghasilkan kesimpulan.

2. Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang telah diperoleh untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel atau tidak.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibuat valid atau tidak. Jika pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan apa yang akan diukur, maka kuesioner tersebut dikatakan valid. Pengujian menggunakan perangkat komputer *Statistical Program for Social Science* (SPSS) dalam mengukur validitas instrumen menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n(\sum X^2) - (\sum X)^2 \mid n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

R	= Koefisien korelasi
n	= Jumlah subjek atau responden
$\sum X$	= Skor butir
$\sum Y$	= Skor total
$\sum X^2$	= Jumlah kuadrat nilai X
$\sum Y^2$	= Jumlah kuadrat nilai Y

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka kuesioner dapat dikatakan valid.

Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka kuesioner tidak dapat dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Basuki A dalam Muhammad Rifai (2019:77) uji reliabilitas guna menetapkan apakah instrumen kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Berikut rumus metode Cronbach Alpha yang digunakan dalam penelitian ini :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum si}{st} \right\}$$

Keterangan :

r_{11} = Nilai Reliabilitas

$\sum Si$ = Jumlah varian skor tiap-tiap item

St = Varian Item

k = Jumlah Item

3. Uji Asumsi Klasik

Menurut Husein Umar (2016:182) uji asumsi klasik adalah pengujian asumsi-asumsi statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda. Uji asumsi klasik digunakan untuk memastikan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal dan dalam model tidak mengandung homoskedastisitas dan multikolineritas. Uji asumsi klasik dilakukan hanya pada analisis regresi linear.

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154) uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel *dependent* (terikat) dan variabel *independent* (bebas) mempunyai kontribusi atau tidak. Menggunakan uji statistik nonparametrik *Kolmogorov Smirnov*, penelitian berdistribusi normal apabila memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$). Hal tersebut dapat terlihat dari *normal probability plot* yang membentuk garis lurus diagonalnya. Uji normalitas dapat berpedoman pada uji *Kolmogorov Smirnov* dengan ketentuan :

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Menurut Sugiyono dan Susanto (2015:323) uji linearitas dapat dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dapat dilakukan melalui *test of linearity* menggunakan perangkat komputer dengan aplikasi SPSS statistik. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity Sig.* $> 0,05$ maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.

c. Uji Heteroskedastitas

Menurut Ghazali (2016:139) uji heteroskedastisitas adalah varian tidak homogen. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki persamaan *variance residual* suatu periode pengamatan dengan periode pengamatan yang lain atau adanya hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *Studentizen Delete Residual* nilai tersebut sehingga dapat dikatakan model tersebut homoskedastisitas. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Analisis pada gambar *Scatterplot* yang menyatakan model regresi linear berganda tidak terdapat heteroskedastisitas jika :

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.

d. Uji Multikolinieritas

Menurut Singgih Santoso (2016:234) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah sebuah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel *independent*. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas.

Kemudian untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada besaran *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*. Menurut Gujarati (2015:432) pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka tolerance mendekati 1. Batasan *VIF* adalah 10, jika nilai *VIF* dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas. Menurut Singgih Santoso (2018:236) rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$VIF = \frac{1}{\text{Tolerance}} \text{ atau } \text{Tolerance} = \frac{1}{VIF}$$

Deteksi multikolineritas pada suatu model juga dapat dilihat dari beberapa hal, antara lain :

- 1) Jika nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolineritas $VIF = 1/\text{Tolerance}$ jika $VIF = 10$ $\text{Tolerance} = 1/10 = 0,1$ semakin tinggi *VIF* maka semakin rendah *Tolerance*.
- 2) Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel *independent* kurang dari 0,70, maka model dapat dinyatakan bebas dari asumsi klasik multikolineritas. Jika lebih dari 0,70 maka diasumsikan terjadi korelasi yang sangat kuat antar variabel *independent* sehingga terjadi multikolineritas.
- 3) Jika nilai koefisien determinan, baik dilihat dari R^2 maupun $R\text{-Square}$ di atas 0,60 namun tidak ada variabel *independent*

yang berpengaruh terhadap variabel *dependent* maka model terkena multikolineritas.

4. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017:147) statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan berlaku untuk umum atau generalisasi. Deskripsi karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Ghozali dalam Muhammad Rifai (2019:57) memaparkan analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui arah pengaruh positif atau negatif dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Kemudian Sugiyono (2016:188) persamaan analisis regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

α = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi persepsi kemudahan penggunaan

b_2 = Koefisien regresi komunikasi mulut ke mulut melalui internet

X1 = Persepsi kemudahan penggunaan

X2 = Komunikasi mulut ke mulut melalui internet

e = *error*

6. Analisis Korelasi

Korelasi ganda (*multi corelation*) adalah korelasi antara dua atau lebih variabel bebas secara bersama-sama dengan satu variabel terikat. Angka yang menunjukan arah dan besar kuatnya hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat tersebut koefisien korelasi ganda dan bisa disimbolkan sebagai R. Kemudian penulis dalam menginterpretasikannya menggunakan tabel berikut :

Tabel 7.
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2019:48)

7. Uji Hipotesis

Untuk menguji adakah pengaruh yang signifikan secara statistik, maka diperlukan pengujian hipotesis. Hipotesis nol (H_0) diuji dengan distribusi t ratio. Pengujian terakhir dilakukan dengan uji t, yaitu untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis.

Dalam penelitian ini hipotesis-hipotesis yang diuji adalah hipotesis yang diajukan yaitu :

a. Uji Parsial (Uji t)

$H_0 : \beta_1 = 0$, Yaitu tidak terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce Shopee*.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$, Yaitu terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce Shopee*.

$H_0 : \beta_2 = 0$, Yaitu tidak terdapat pengaruh komunikasi mulut ke mulut melalui internet terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce Shopee*.

$H_1 : \beta_2 \neq 0$, Yaitu terdapat pengaruh komunikasi mulut ke mulut melalui internet terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce Shopee*.

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial (sendiri-sendiri) antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan dalam uji statistic t menurut Ghozali dalam Muhammad Rifai (2019:50) adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

2) Jika nilai t hitung $< t$ tabel maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

b. Uji Simultan (Uji f)

$H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$, Yaitu tidak ada pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan komunikasi mulut ke mulut melalui internet secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce Shopee*.

$H_1 : \beta_1 \beta_2 \neq 0$, Yaitu ada pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan komunikasi mulut ke mulut melalui internet secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce Shopee*.

Uji Statistik F dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan dalam uji statistik F menurut Ghozali dalam Muhammad Rifai (2019:50) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai F hitung $> F$ tabel maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.
- 2) Jika nilai F hitung $< F$ tabel maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.

8. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi yang besarnya ialah kuadrat koefisien korelasi (R^2). Karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel *independent*, maka koefisien ini umumnya disebut koefisien penentu. Bentuk persamaan koefisien determinasi ialah sebagai berikut :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Dimana :

KD = Koefisien determinasi

R = Nilai koefisien korelasi