

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Disebut Pendekatan kuantitatif karena menggunakan data analisis statistik. Penelitian kuantitatif ialah metode penelitian yang banyak menuntut penggunaan mulai dari pengumpulan data hingga penafsiran data tersebut, demikian pula pada tahap kesimpulan penelitian lebih baik disertai dengan gambar, tabel, grafik atau tampilan lainnya. Penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai dengan adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan untuk umum.

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan bertujuan untuk menganalisis, mendeskripsikan menggunakan angka. Metode yang akan digunakan adalah metode kuantitatif untuk mendeskripsikan pengaruh harga variasi produk terhadap keputusan pembelian produk pada marketplace shopee (Sugiyono, 2017:15).

#### **B. Definisi operasional variabel**

Sugiyono (2016:38) menyatakan atribut atau sifat dari obyek yang memiliki kegiatan dan mempunyai variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti kemudian ditarik kesimpulannya. Maka berikut ini dapat disimpulkan maka definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Deskripsi instrument**

**Operasional variable**

No	Penulis	Indikator	Definisi Variabel	Pernyataan/Instrument
1	Kotler dan Armstrong (2017)	Harga ( $X_1$ )	Kotler dan Armstrong (2017) mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang diminta untuk mendapatkan suatu produk atau suatu jasa.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk suatu barang, dapat memberikan kepuasan kepada konsumen</li> </ol>
				<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Daya saing harga ialah merupakan daya tarik paling penting dalam seseorang berwira usaha karena harga yang lebih murah atau sedikit dari perusahaan lain akan menarik perhatian calon konsumen</li> </ol>
				<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Kesesuaian harga dengan manfaat ialah konsumen yang memutuskan pembelian suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya</li> </ol>
2	Tjiptono(2020)	Variasi produk ( $X_2$ )	Tjiptono(2020) Suatu penilaian konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan suatu produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran ialah bentuk, model dan struktur fisik suatu produk yang di lihat dengan nyata dan dapat di ukur</li> <li>2. Harga ialah sejumlah uang yang mempunyai nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari menggunakan suatu produk</li> <li>3. Tampilan ialah sesuatu yang terlihat dengan mata dan bersifat menarik konsumen untuk menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk tersebut.</li> <li>4. Ketersediaan produk adalah banyaknya macam barang yang tersedia didalam toko membuat para konsumen semakin tertarik untuk melakukan keputusan pembelian dalm toko tersebut telah habis dirak maka dapat diisi lagi.</li> </ol>

3	Keller (2018)	Promosi (X <sub>3</sub> )	Keller (2018) yaitu sarana yang digunakan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen (langsung atau tidak langsung) tentang produk dan merek yang mereka jual.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Frekuensi promosi ialah jumlah promosi penjualan yang dilakukan dalam suatu waktu melalui media promosi.</li> <li>2. Kualitas promosi ialah tolak ukur seberapa baik promosi penjualan yang dilakukan</li> <li>3. Kuantitas promosi ialah nilai atau jumlah promosi penjualan yang diberikan pada konsumen.</li> <li>4. Ketepatan atau sasaran promosi ialah faktor yang diperlukan untuk mencapai target yang diinginkan oleh perusahaan</li> </ol>
4.	Kotler dan Keller (2019)	Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian menurut Kotler dan Amstrong (2019) ialah respon dimana konsumen mengenali suatu masalah atau mencari informasi, mengevaluasi sebuah alternatif, memutuskan membeli dan tindakan atau perilaku setelah pembelian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pencarian sebuah informasi</li> <li>2. Evaluasi terhadap alternatif</li> <li>3. Evaluasi terhadap alternatif</li> <li>4. Melakukan keputusan pembelian</li> <li>5. Perilaku pasca pembelian</li> </ol>

## A. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri dari obyek / subyek mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang tetapi juga pada obyek dan benda-benda alam yang lain. populasi bukan sekedar jumlah yang ada di suatu obyek / subyek tetapi meliputi seluruh karakteristik / sifat yang dimiliki oleh subyek / obyek. ( Sugiyono:2015), penelitian ini yang dapat menjadi target populasi adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada aplikasi shopee, jenis populasi penelitian ini adalah populasi yang tak terhingga (*infinite*), karena jumlah konsumen pada aplikasi shopee wilayah surabaya yang tidak dapat diketahui secara pasti oleh penulis.

Menurut Sugiyono (2015), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua populasi, misalnya karena keterbatasan keuangan, tenaga, waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili). Pada penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi sampel (Fatihhudin: 2015). Penentuan pengambilan jumlah sampel dilakukan dengan metode teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling*

adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, teknik ini dipilih karena sampel yang diambil memiliki karakteristik tertentu, karakteristik tersebut antara lain:

1. Konsumen shopee berasal dari wilayah Surabaya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unniversitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Pernah melakukan pembelian pada aplikasi shopee.
3. Terdaftar semester ditingkat 2 dan 5 yang masih aktif di perkuliahan

Karena banyaknya individu akan lebih mudah mencari data dengan jumlah yang banyak, dalam penelitian ini sampel menggunakan rumus slovin karena penarikan sampel jumlahnya harus *representatif* agar hasil penelitian dapat di generalisasikan dengan rumus dan perhitungan yang sederhana, rumus slovin adalah menentukan sampel sebagai berikut (Lister, 2020):

Keterangan :  $n = \frac{N}{1+N e^2}$

N: Jumlah Sampel N: Total populasi e : Taraf kesalahan yang di tolerir (*Error Tolerance*) tingkat kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan karena yang masih di tolerir yakni sebesar 5% sehingga diperoleh jumlah sampel yang dibutuhkan sebagai berikut :

$$\text{Maka } n = \frac{160}{1+160 (0,05)^2} = \frac{160}{1+160 + (0,025)} = 128 = 128 \text{ responden}$$

Pada penelitian ini Populasi yang digunakan sebanyak 160 Mahasiswa angkatan 2019,2020 minimal di semester di tingkat 3 dan 5 di Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya untuk responden yang sudah berbelanja di shopee pada tahun 2022, kemudian untuk hasil sampel diujikan sebanyak 128 responden yang layak untuk dijadikan obyek penelitian.

## **B. Teknik Pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data yang diperlukan untuk melakukan analisis penelitian ini yaitu data sekunder, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber lain yang telah ada sehingga penulisan tidak mengumpulkan data secara dari objek yang di teliti. Dalam sebuah penelitian, Seseorang membutuhkan data, melalui data seseorang dapat mengolahnya menjadi sumber informasi yang terpercaya oleh karena itu data sangat di butuhkan untuk memberi penjelasan yang berkaitan dengan masalah tertentu selain itu data juga mampu mempunyai beragam fungsi yaitu:

1. Data yang digunakan untuk bahan evaluasi dalam menanggapi suatu masalah.
2. Data ini berfungsi untuk memecahkan masalah dan menentukan suatu kebijakan serta keputusan.
3. Data yang diperoleh dapat digunakan sebagai acuan setiap inflementasi suatu kegiatan / aktivitas.
4. Data berfungsi untuk sebagai dasar suatu penelitian / perencanaan dalam suatu kegiatan.

## **C. Teknik pengolahan data**

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dengan sebelumnya menguji kualitas data yang diperoleh

dengan menggunakan uji validitas dan uji realibilitas dan menggunakan uji penyimpangan asumsi klasik serta uji hipotesis.

## H. Analisis data

### 1. Uji instrumen

#### a. Uji validitas

Validitas adalah ukuran untuk menunjukkan tingkat kevaliditasan butir-butir pertanyaan dalam mendefinisikan variabel. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dari hasil output dengan  $r_{tabel}$ , jika  $r_{hitung}$  lebih besar dengan  $r_{tabel}$  maka butir pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya (Ghozali: 2014). Valid berarti instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Sugiono: 2015).

#### b. Uji Realibilitas

Realibilitas menurut Ghozali (2018:45) adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator suatu variabel, suatu kuisioner dikatakan handal apabila jika jawaban terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu dan tidak ada perubahan, bukti kuisioner dikatakan layak apabila *Cronbach's alpha*  $> 0,5$  dan dikatakan tidak layak jika *cronbach's alpha*  $< 0,5$ .

### 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan atau tidak, uji asumsi klasik terdiri dari:

#### a. Uji normalitas

Menurut Sugiyono, (2015:145) Uji normalitas menyatakan bahwa “observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai biologis dan psikologi. Dari segi pelaksanaan dari pengumpulan data, observasi dibedakan menjadi participant observation (observasi berperan) dan non participant observation selanjutnya segi instrumentasi yang digunakan, maka observasi dapat dibedakan menjadi observasi terstruktur dan tidak terstruktur.

**b. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi dimana variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi diantara variabel bebas (Duwi priyatno, 2016:116).

**c. Uji autokorelasi**

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi autokorelasi dimana pengujian dilakukan dengan melihat nilai durbin-watson hasil pengolahan data dibandingkan dengan nilai  $d_l$  dan  $d_u$  pada durbin-watson tabel dengan kriteria sebagai berikut:

1.  $1,21 < DW < 1,65$  = tidak dapat disimpulkan
2.  $2,35 < DW < 2,79$  = tidak dapat disimpulkan
3.  $1,65 < DW < 2,35$  = tidak terjadi autokorelasi
4.  $DW < 1,21$  dan  $DW > 2,79$  = terjadi autokorelasi

**d. Uji heteroskedastisitas**

Uji heterokedastisitas dengan menggunakan metode scatterplot yaitu dengan melihat pola titik-titik pada scatterplot regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (duwi priyatno, 2016:131).

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Kriteria pengujiannya sebagai berikut:

##### 1. Menentukan Hipotesis

H<sub>0</sub>: tidak adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

H<sub>a</sub>: adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependeng.

2. Menentukan t-hitung, berdasar output-tabel coefficients pada uji regression.

3. Menentukan tingkat signifikansi, tingkat signifikasinya menggunakan 0.05.

4. Menentukan t-tabel dengan mencari nilai  $(df) = n - k - 1, n$  (jumlah data), K (Variabel independen) lalu cari di t-tabel.

##### 5. Kriteria penguji

Ho diterima jika  $t\text{-tabel} = t\text{-hitung} = t\text{-tabel}$

Ho ditolak jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$

6. Membandingkan t-hitung dan t-tabel.
7. Menentukan kesimpulan.

**b. Uji F**

Uji F digunakan untuk dapat mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dapat dinyatakan variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, begitupun sebaliknya.

**4. Koefisien determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ini dilakukan untuk mengukur model dalam menerangkan seberapa pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen yang dapat diindikasikan oleh nilai *adjusted R-squared* (Ghozali, 2016). koefisien determinasi menunjukkan sejauh mana kontribusi variabel bebas dalam regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel terikat. Koefisien determinasi dapat dilihat melalui nilai R-square ( $R^2$ ) pada tabel model summary, (Ghozali, 2016). Nilai koefisien determinasi yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas, sebaiknya jika nilai mendekati 1 (satu) dan menjauhi 0 (nol) memiliki arti bahwa variabel-

variabel independen memiliki kemampuan memberiakan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2016). Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel endogen secara simultan mampu menjelaskan variabel eksogen, Semakin tinggi nilai  $R_2$  berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.

