

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dan metode survei. Menurut Sugiyono (2013) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2013) metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes, wawancara terstruktur, dan sebagainya.

#### B. Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah *variabel independen* dan *variabel dependen*

##### 1. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Menurut Sugiyono (2013) mendefinisikan variabel independen adalah

variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

- a. Kepercayaan konsumen (X1)
- b. Persepsi risiko (X2)
- c. Promosi (X3)

## **2. Variabel Dependen**

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas. Menurut Sugiyono (2013) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Beli (Y)

## **C. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional merupakan penjabaran mengenai definisi dan indikator variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Kepercayaan Konsumen (X1)**

Menurut Thooriq (2018) kepercayaan merupakan kesediaan untuk menjadikan dirinya peka ke dalam tindakan yang di ambil oleh pihak yang percaya yang di dasarkan keyakinan. Kepercayaan dalam penelitian ini adalah tingkat

keyakinan remaja terhadap kredibilitas Shopee. Menurut Kotler & Keller (2016) dimensi kepercayaan meliputi:

1. *Benevolence*
2. *Ability*
3. *Integrity*
4. *Willingness to depend*

## **2. Persepsi Risiko (X2)**

Menurut Sumarwan et al (2011) mendefinisikan persepsi risiko ialah konsekuensi negatif yang diantisipasi seorang konsumen terkait dengan situasi pembelian suatu produk. Persepsi risiko dalam penelitian ini adalah anggapan ketidakpastian yang dihadapi oleh remaja ketika mereka tidak dapat memprediksi konsekuensi yang mungkin dialami saat melakukan pembelian di Shopee. Indikator yang dipersepsikan dari risiko menurut Sumarwan et al (2011) adalah sebagai berikut: Risiko Keuangan

1. Risiko Sosial
2. Risiko Kinerja
3. Risiko Psikologis
4. Risiko Fisik
5. Risiko Waktu

### 3. Promosi (X3)

Menurut Kotler & Keller (2016) promosi merupakan cara komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen atau pasar yang dituju, dengan tujuan menyampaikan informasi mengenai produk/perusahaan agar mereka mau membeli. Promosi dalam penelitian ini merupakan upaya Shopee untuk menginfokan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik konsumen untuk menggunakan Shopee.

Menurut Menurut Kotler & Keller (2016) ada tiga indikator promosi yaitu:

1. Pesan Promosi.
  2. Media Promosi.
  3. Waktu Promosi.
- 4. Minat Beli (Y)**

Menurut Kotler & Keller (2016) minat beli merupakan perilaku yang muncul atau dirasakan konsumen sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Minat beli dalam penelitian ini adalah proses pertimbangan konsumen untuk melakukan evaluasi informasi mengenai Shopee apakah remaja akan tertarik atau tidak untuk menggunakan aplikasi Shopee. Ferdinand (2014) minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator sebagai berikut:

1. Minat transaksional.
2. Minat referensial.

3. Minat preferensial.
4. Minat eksploratif.

## **D. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di Tarik kesimpulanya (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh remaja di Kabupaten Ogan Komering Ilir. Pada penelitian ini menggunakan remaja pertengahan dengan batasan usia 15-19 tahun. Jumlah remaja usia 15-19 tahun di kabupaten Ogan Komering Ilir sebanyak 63.433 jiwa (Okikab.bps.go.id, 2021).

### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-Probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013). Jenis desain sampel yang akan digunakan peneliti berupa *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Remaja berusia 15-19 tahun.
- b. Berdomisili di kabupaten OKI.
- c. Mengetahui *marketplace* Shopee.

Penelitian ini menggunakan rumus Slovin dalam penarikan sampel, jumlahnya harus *representative* (mewakili) agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya tidak memerlukan tabel jumlah sampel. Dengan menggunakan rumus Slovin untuk sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = *Error Margin* (memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menetapkan besar sampel minimal berdasarkan tingkat kesalahan atau *margin of error*)

e = (100%)

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{63.433}{1+63.433(10\%)^2}$$

$$n = \frac{63.433}{1+63.433(0,01)} = \frac{63.433}{1+634,33} = \frac{63.433}{635,33}$$

n = 99,8 maka jumlah total minimal sampel dibulatkan menjadi 100 responden.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013) Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Kuesioner.

Menurut Sugiyono (2013) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam melakukan pengukuran terhadap kuesioner, maka peneliti menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk setiap pertanyaan atau pernyataan responden harus mendukung sebuah pertanyaan untuk dipilih (Sugiyono, 2013). Dengan skala likert responden memilih jawaban dari variabel yang dipecah menjadi bagian dari indikator variabel, masing-masing indikator variabel mempunyai instrumen yang dijadikan tolak ukur dalam sebuah pertanyaan atau pernyataan.

**Tabel 3.1 Opsional Jawaban Responden**

| Keterangan          | Bobot Nilai (+) |
|---------------------|-----------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1               |
| Tidak Setuju        | 2               |
| Setuju              | 3               |
| Sangat Setuju       | 4               |

Sumber : Sugiyono (2017)

#### **F. Teknik Pengolahan Data**

Teknik pengolahan data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda. Pengolahan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25, sehingga pemrosesan data berjalan secara otomatis dan kemudian diinterpretasikan hasilnya.

## 1. Uji Instrumen

Menurut Sugiyono (2019) uji coba instrumen dilakukan untuk menguji alat ukur yang digunakan apakah valid dan reliabel. Karena dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Sebagai uji coba instrumen, maka data yang digunakan sebanyak 30 responden yang merupakan sampel dari populasi penelitian. Jumlah sampel diambil adalah sebesar 30 responden, hal ini sesuai pendapat Singarimbun dan Effendi (1995) yang mengatakan bahwa jumlah minimal uji coba kuesioner adalah minimal 30 responden. Dengan jumlah minimal 30 orang maka distribusi nilai akan lebih mendekati kurva normal. Alat pengukuran dapat diketahui dilihat dari kriteria utamanya, yaitu:

### a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013) Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Koefisien antara item dengan total item sama diatas 0,3 maka dinyatakan valid, tetapi jika korelasinya dibawah 0,3 maka dinyatakan tidak valid. Untuk menghitung validitas alat ukur digunakan rumus Pearson Product Moment, sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum X_1Y_{1tot}) - (\sum X_1)(\sum X_{1tot})}{\sqrt{\{n \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \cdot \{n \cdot \sum x_{tot}^2 - (\sum x_{1tot})^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

$\sum X_i^2$  = Jumlah skor item

$\sum x_{tot}$  = Jumlah skor jawaban

$\sum X_i^2$  = Jumlah kuadrat skor jawaban item

$\sum x_{tot}^2$  = Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum X_i X_{tot}$  = Jumlah perkalian skor jawaban item dengan total skor

## b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode Cronbach Alpha untuk menentukan apakah setiap instrumen reliabel atau tidak. Pengukuran ini menggunakan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.70 meskipun nilai 0.60 masih dapat diterima (Ghozali, 2018).

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk masing-masing variabel. Hipotesis yang digunakan adalah:

- 1) Jika nilai signifikan (nilai probabilitasnya) lebih kecil dari 5% maka distribusinya adalah tidak normal.
- 2) Jika nilai signifikan (nilai probabilitasnya) lebih besar dari 5% maka distribusinya adalah normal.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *cross section* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar) Ghozali (2018). Mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai probabilitas  $>0,05$  berarti bebas dari heteroskedastisitas
- 2) Nilai probabilitas  $<0,05$  berarti terkena heteroskedastisitas

Penelitian ini menggunakan cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residual SPRESID. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SPRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X antara residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di studentized.

### c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai toleransi yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/\text{tolerance}$ ). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance  $\leq 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF \geq 10$  (Ghozali, 2018).

### 3. Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda karena dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).

#### a. Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018) analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui ketergantungan antara satu variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas/penjelas). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda yaitu dengan melihat pengaruh antara variabel bebas Kepercayaan Konsumen ( $X_1$ ), Persepsi Risiko ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat Minat Beli ( $Y$ ). Ghozali (2018) model regresi dalam penelitian ini adalah berupa persamaan dengan model sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Minat Beli

a = Konstanta

b1 = Koefisien regresi Kepercayaan

b2 = Koefisien regresi Persepsi Risiko

b3 = Koefisien regresi Promosi

X1 = Variabel Kepercayaan Konsumen

X2 = Variabel Persepsi Risiko

X3 = Variabel Persepsi Promosi

e = Nilai standar error

#### **4. Uji Hipotesis**

##### **a. Uji F**

Uji F atau disebut dengan uji hipotesis simultan adalah metode statistic yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji F dilakukan untuk menguji kesesuaian model regresi linier berganda. Nilai F dapat dilihat dari output dengan menggunakan program SPSS 25, analisis uji F dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kecocokan antara variabel kepercayaan (X1), Persepsi risiko (X2), dan Promosi (X3) terhadap Minat Beli (Y) dengan model persamaan sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / k}{(1-R^2) / (n-k-1)}$$

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien determinan

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah pengamatan

F =  $F_{hitung}$  yang selanjutnya dibandingkan dengan  $F_{tabel}$

Adapun kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) Hipotesis  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai signifikan  $> 0,05$
- 2) Hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$

#### **b. Uji T**

Untuk menguji kebenaran hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini pengujian uji T. Menurut Ghozali (2018) uji t atau disebut dengan uji hipotesis parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Untuk menguji signifikan tidaknya variabel Kepercayaan Konsumen (X1), Persepsi Risiko (X2) dan Promosi (X3) terhadap Minat Beli (Y) secara parsial dan dominan digunakan uji hipotesis parsial (uji t). Kriteria dalam pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha=0,05$  ditentukan sebagai berikut:

$$t = \frac{\beta}{s_b}$$

Keterangan:

$t$  = Nilai uji  $t$

$\beta$  = jumlah pengamatan

$S_b$  = Deviasi variabel

Dalam uji  $t$  menggunakan *level of signifikan* ( $\alpha$ ) sebesar 5% atau  $\alpha = 0,05$ . Adapun kriteria pengujian yang digunakan dalam uji  $t$  adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai signifikan  $T_{hitung} < a = 0,05$  maka hipotesis dinyatakan signifikan.
- 2) Apabila nilai signifikan  $T_{hitung} > a = 0,05$  maka hipotesis dinyatakan tidak signifikan.

