

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu dengan meneliti langsung data yang terkait dengan penelitian ke lokasi penelitian yang telah ditetapkan. (Indriantoro & Supono, 2002, hal. 92)

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif. Kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk penyajian hasil data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang peneliti lakukan bertempat di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang beralamatkan di Jl. A. Yani Km. 4,5 Banjarmasin.

#### **C. Populasi dan Sampel**

Sugiyono menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. (Sugiyono, 2012, hal. 80) Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin dengan jumlah 11.362 pada semester genap tahun ajaran 2018/2019.

Sampel adalah bagian dari populasi yang digunakan untuk mempelajari karakteristik populasi. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, dimana tidak semua individu dalam populasi diberi kesempatan (peluang) yang sama untuk ditugaskan menjadi anggota sampel. Selain itu, juga ditentukan berdasarkan *Purposive Sampling* atau dikenal juga dengan sampling pertimbangan ialah teknik sampling yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu di dalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu. Pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif UIN Antasari Banjarmasin yang pernah menggunakan aplikasi Shopee untuk berbelanja *online* minimal 1 (satu) kali transaksi.

Untuk menentukan ukuran sampel Roscoe dalam (Asnawi & Masyhuri, 2011, hal. 142) memberikan panduan untuk menentukan ukuran sampel yaitu apabila faktor yang digunakan dalam penelitian itu banyak, maka ukuran sampel minimum 10 kali lipat atau lebih dari jumlah faktor. Jumlah variabel dalam penelitian ini ada 4 yang terdiri dari 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah  $4 \times 10 = 40$  sampel.

## **D. Data dan Sumber Data**

### 1. Data

- a. Mengetahui promosi, kepercayaan, dan kemudahan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin berbelanja di Toko *Online* Shopee secara simultan.
- b. Mengetahui promosi, kepercayaan, dan kemudahan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin berbelanja di Toko *Online* Shopee secara parsial.

### 2. Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang pernah bertransaksi di Toko *Online* Shopee.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah melalui kuesioner dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner tertutup yang akan membantu responden untuk menjawab dengan cepat dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh kuesioner yang telah terkumpul.

## **F. Desain Pengukuran dan Instrumen Penelitian**

### 1. Desain Pengukuran

Desain pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan

persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena. Dalam Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan-pertanyaan. Skala Likert yang peneliti pakai menggunakan 4 (empat) tingkatan jawaban yang diberi skor, yaitu:

Sangat Setuju = 4

Setuju = 3

Tidak Setuju = 2

Sangat Tidak Setuju = 1

## 2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Alat yang digunakan untuk penelitian ini adalah kuesioner. Instrument kuesioner ini dikembangkan dari variabel penelitian, baik variabel independen maupun variabel dependen.

## G. Teknik Analisis Data

Metode menganalisis data yang sudah diperoleh menggunakan deskriptif analisis, yaitu dengan menjelaskan dan menafsirkan data-data yang berkenaan dengan fakta, keadaan, variabel-variabel dan fenomena yang terjadi saat penelitian dan penyajian apa adanya.

### 1. Uji Validitas

Uji validitas atau *keshahihan* adalah sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang diukur. (Siregar, 2013, hal. 46) Uji validitas dilakukan atas item-item pertanyaan pada kuesioner yaitu dengan jalan menghitung koefisien korelasi dari tiap-tiap pertanyaan dengan skor total yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan angka kritis  $r$  produk momen. Bila koefisien korelasinya lebih besar dari pada nilai kritis maka suatu pertanyaan dianggap valid.

### 2. Uji Reliabilitas

Reliabel artinya dapat dipercaya, dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan keadaan tingkat keterandalan suatu pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukur itu dapat memberikan hasil yang relatif sama bila dilakukan pengukuran kembali terhadap objek yang sama. (Arikunto, 2010, hal. 221) Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan cara *one shot method* atau pengukuran sekali saja. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* masing-masing variabel lebih dari 60% atau 0,6% maka penelitian ini dikatakan reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dibutuhkan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu model regresi yang akan dipakai sebagai penjelas bagi pengaruh antar variabel. Model regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan

terbebas dari asumsi klasik statistik, baik *normalitas*, *heteroskedastisitas*, dan *multikolinieritas*. (Nugroho, 2005, hal. 56) Uji asumsi klasik yang digunakan, yaitu:

- a. Uji Normalitas, bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan berbentuk lonceng. (Sosanto, 2010, hal. 43) Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan yaitu, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Uji Heteroskedastisitas, bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain pada model regresi. (Suliyanto, 2005, hal. 4) Pengukuran heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat *grafik Plot* (Uji *Scatterplots*). Perhitungannya dibantu dengan menggunakan *software SPSS*. Analisis pada gambar *Scatterplot* yang menyatakan model regresi linier berganda tidak terjadi heteroskedastisitas jika:
  - 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
  - 2) Titik-titik data tidak mengumpul 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 data sebaiknya tidak berpola.
- c. Uji Multikolinearitas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikorelasi umumnya dengan melihat nilai Tolerance dan VIF pada hasil regresi linier. (Priyanto, 2016, hal. 143)
4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Perhitungan regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 22 for windows*. Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel X terhadap satu variabel dependen Y. (Sunyoto, 2011, hal. 145)

Untuk mengukur sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan program SPSS. (Sunyoto, 2012) Model hubungan antara variabel adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Berbelanja

$a$	= Konstanta
$\beta_1\beta_2\beta_3$	= Koefisien Regresi
$X_1$	= Promosi
$X_2$	= Kepercayaan
$X_3$	= Kemudahan
$e$	= Standar error

## 5. Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini dilakukan dengan Uji F dan Uji t. Dalam penelitian ini ditetapkan dengan tingkat kepercayaan (*confidence interval*) = 95% ( $\alpha = 5\%$ ).

- a. Uji Determinasi ( $R^2$ ), digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel independen sangat terbatas. (Ghozali, 2011, hal. 97)
- b. Uji Simultan (Uji F), digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:  
 $H_0$  : Tidak ada pengaruh signifikan secara simultan antara promosi ( $X_1$ ), Kemudahan ( $X_2$ ), dan Kepercayaan ( $X_3$ ) terhadap keputusan berbelanja (Y) di toko *online* shopee.

$H_a$  : Ada pengaruh signifikan secara simultan antar promosi ( $X_1$ ), Kemudahan ( $X_2$ ), dan Kepercayaan ( $X_3$ ) terhadap keputusan berbelanja ( $Y$ ) di toko *online* shopee.

Keterangan pengujian:

Dengan *level of signifikan* ( $\alpha$ ) = 0,05

*Degree of freedom* (df) = (n – k - 1)

$H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $Sig. \leq \alpha$

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  atau  $sig. > \alpha$

- c. Uji Parsial (Uji t), digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

1) Promosi

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Promosi ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Berbelanja di toko *online* shopee.

$H_a$  : Ada pengaruh yang signifikan antara Promosi ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Berbelanja di toko *online* shopee.

2) Kepercayaan

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Berbelanja di toko *online* shopee.

$H_a$  : Ada pengaruh yang signifikan antara Kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Berbelanja di toko *online* shopee.

### 3) Kemudahan

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Kemudahan ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Berbelanja di toko *online* shopee.

$H_a$  : Ada pengaruh yang signifikan antara Kemudahan ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Berbelanja di toko *online* shopee.