

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yang menggunakan metode kuantitatif. Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dari responden. Penelitian lapangan ini dilakukan dengan cara mencari pengaruh dari variabel yang dihipotesiskan (Sugiyono, 2019) Dengan begitu peneliti dapat mengetahui hubungan dan pengaruh variabel tersebut.

Adapun pendekatan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang terdiri atas perumusan masalah, mendapatkan data, menganalisis hasil, dan mengimplemantasikan hasil. Penelitian kuantitatif memuat banyak angka- angka mulai dari pengumpulan , pengelolaan , serta hasil yang didominasi angka (Sugiyono, 2019) Sedangkan untuk jenis penelitiannya adalah menggunakan survey. Metode survey merupakan proses pengambilan sampel dari suatu populasi serta digunakannya kuesioner sebagai alat pengumpul data.

#### **B. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian adalah sesuatu yang diteliti, baik itu orang, benda, atau lembaga (organisasi). Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenai kesimpulan hasil dari penelitian. Dalam subjek penelitian, terdapat objek penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen pakaian bekas yang ada di Pasar Pagi Minggu di Kota Banjarmasin.

Objek penelitian merupakan sifat atau keadaan dari suatu benda, orang, atau yang menjadi pusat perhatian dan sasaran dari penelitian. Objek penelitian dapat berupa sifat kuantitatif dan kualitatif, yang mencakup perilaku, keinginan, pendapat, pandangan, penilaian, sikap pro-kontra, dan keadaan batin. Objek dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian pakaian bekas di Pasar Pagi Minggu di Kota Banjarmasin.

### **C. Data dan Sumber Data**

#### **1. Data Penelitian**

##### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian, yang mencakup karakteristik responden dan persepsi mereka terhadap variabel penelitian. Data ini diperoleh melalui instrumen pengumpulan data berupa kuesioner. Pengumpulan data primer dilakukan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan dalam sebuah penelitian. Data primer dianggap lebih akurat dan nyata karena bersumber langsung dari objek penelitian dan disajikan secara terperinci. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Pasar Pagi Minggu di Kota Banjarmasin. Data primer diperoleh melalui pengisian kuesioner yang disebarkan kepada responden mengenai identitas diri. Tanggapan responden terhadap pertanyaan kuesioner tentang pengaruh kualitas produk, harga, merek, risiko, dan lokasi/marketplace terhadap keputusan pembelian telah disebarkan kepada sampel yang sudah ditentukan sebelumnya.

##### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari konsumen Pasar Pagi

Minggu Kota Banjarmasin dalam bentuk data, catatan, dan dokumen yang memiliki hubungan dengan objek penelitian. (Sugiyono, 2019).

## **2. Sumber Data**

(Sugiyono, 2019) Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Responden, yaitu orang yang terlibat langsung dalam penelitian ini yaitu konsumen yang memutuskan membeli pakaian bekas di Pasar Pagi Minggu Kota Banjarmasin.
- b. Dokumen, yaitu seluruh data yang berhubungan dengan penelitian untuk melengkapi data penelitian yang berasal dari Pasar Pagi Minggu Kota Banjarmasin.

## **D. Metode Pengumpulan Data**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pertanyaan yang tertulis kepada responden untuk menjawab. Skor dari setiap jawaban yang telah dilakukan dalam penilaian ini ditentukan dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena. (Sanusi, 2013). 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.

Kuesioner dalam hal ini digunakan untuk mendapatkan informasi dari konsumen variabel pengaruh kualitas produk, harga, merek, risiko dan

lokasi/marketplace serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Pasar Pagi Minggu di Kota Banjarmasin. Kuesioner dibuat pada google form menggunakan skala likert. Skala likert ialah skala pengukuran dengan menggunakan lima kategori pilihan responden yang berkisar pada “Sangat setuju” sampai “sangat tidak setuju” yang mana mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan atau tidak setuju mereka terhadap dari serangkaian pertanyaan. Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu:

**Tabel 3. 1 Skala Likeart**

<b>Keterangan</b>	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
<b>Kode</b>	SS	S	N	TS	STS
<b>Skor</b>	5	4	3	2	1

## **E. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

Populasi adalah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019) Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Pasar Pagi Minggu Kota Banjarmasin dengan usia 18-55 tahun.

### **2. Sampel**

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam Sugiyono, (2016: 85). Alasan menggunakan teknik purposive sampling ini karena sesuai untuk digunakan

untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi menurut (Sugiyono, 2019, p. 85)

Adapun pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan atau memilih responden berdasarkan pertimbangan dan kriteria yang telah ditetapkan oleh penulis. Beberapa kriteria responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Responden Laki-laki dan Perempuan.
- b. Responden berusia 18 s.d 55 tahun.
- c. Responden berada atau tinggal di wilayah Kota Banjarmasin.
- d. Responden pernah membeli pakaian bekas di Pasar Pagi Minggu.

Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa sampel merupakan representasi dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Hal ini karena ketika populasi memiliki jumlah yang besar, sangat tidak mungkin bagi peneliti untuk mengamati seluruh populasi tersebut karena adanya keterbatasan seperti waktu dan dana.

Peneliti menggunakan rumus Lemeshow dalam menentukan ukuran sampel yang akan digunakan dikarenakan jumlah populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti. (Riyanto & Hatmawan, 2020), Berikut ini rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$z$  = Nilai standart = 1,96

$p$  = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

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

Berdasarkan rumus diatas dapat diketahui jumlah sampel yang akan diteliti menggunakan rumus Lemeshow, yaitu

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = \frac{3,8 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,01}$$

$$n = \frac{0,96}{0,01}$$

$$n = 96$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka  $n$  yang didapatkan adalah 96 orang, sehingga pada penelitian ini mengambil sampel sekurang – kurangnya 96 orang. Alasan peneliti menggunakan rumus Lemeshow dikarenakan populasi

dari penelitian yang dilakukan tidak diketahui seberapa banyak orang yang membeli pakaian bekas (*thrift*) di Pasar Pagi Minggu Kota Banjarmasin.

Data responden dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden, akan tetapi ada 1 data yang kurang valid, maka peneliti memutuskan untuk pengambilan 99 responden.

## **F. Variabel Penelitian**

Secara konseptual, variabel merujuk pada karakteristik atau atribut yang dapat berbeda antara individu, objek, atau entitas, sebagaimana diungkapkan oleh Hatch dan Farhady sebagaimana disitir dalam (Sugiyono, 2019). Menurut Husein (2003), variabel penelitian adalah objek atau fokus dari penelitian. Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas, atau yang sering disebut sebagai variabel *independen* atau Variabel X, adalah variabel yang diasumsikan sebagai penyebab terjadinya variabel terikat, yang diduga sebagai akibatnya. Sedangkan variabel terikat, atau yang juga dikenal sebagai variabel *dependen* atau Variabel Y, adalah variabel yang diasumsikan bervariasi sesuai dengan perubahan variabel bebas. Variabel terikat umumnya merupakan kondisi yang ingin dijelaskan atau diungkapkan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel. Kualitas Produk (X1), faktor Merek (X2), Faktor Harga (X3), Faktor Risiko (X4), Faktor Lokasi dan *Marketplace* (X5) sebagai variabel independen. Sedangkan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen.

## **G. Uji Instrumen Penelitian**

### **1. Uji Validitas**

Instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan mampu mengungkapkan data yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya instrumen menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud. Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya instrumen pengukuran. Uji validitas ini ditunjuk untuk mengetahui apakah kuesioner yang diajukan layak atau tidak.

Menurut Kurniawan & Albert (2014) Uji ini dilakukan untuk menguji konsistensi eksternal antara butir pertanyaan dalam variabel dan antara variabel. Valid tidaknya suatu instrumen dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi antara skor item dengan skor totalnya pada taraf signifikan 5%. Item-item yang tidak berkorelasi secara signifikan dinyatakan gugur. Instrumen dinyatakan valid bila hasil korelasi hitungnya berada 0,05.

### **2. Uji Reliabilitas**

Menurut Ghazali (2018), reliabilitas adalah sebuah metode untuk mengevaluasi kualitas suatu kuesioner yang menjadi indikator dari variabel atau konstruk tertentu. Sebuah kuesioner dianggap reliabel atau dapat dipercaya jika jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, pengukuran reliabilitas dilakukan menggunakan metode *One Shot* atau pengukuran sekali saja, di mana kuesioner hanya diukur sekali dan hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antara jawaban



pertanyaan. SPSS menyediakan fasilitas untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ).

## **H. Teknik Analisis Data**

### **1. Uji Konsumsi Klasik**

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Uji normalitas data ini sebaiknya dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji Normal Kolmogrov-Smirnov. Cara mendeteksi normalitas data dengan uji Kolmogrov-Smirnov dapat dilihat dari nilai residual. Dikatakan normal apabila nilai residual yang dihasilkan di atas nilai signifikansi yang ditetapkan.

1. Jika  $\text{Sig} > 0,05$  maka data berdistribusi normal.
2. Jika  $\text{Sig} < 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Multikolinieritas merupakan suatu keadaan dimana terjadinya satu atau lebih variabel bebas yang berkorelasi sempurna atau mendekati sempurna dengan variabel bebas lainnya.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang

dibangun ada kolerasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi di antara variabel bebas. Jika antara variabel independen saling berkolerasi, maka variabel- variabel ini tidak Orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai kolerasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu dengan melihat toleransi variabel dan *Variance Inflation Faktor* (VIF) dengan membandingkan sebagai berikut:

1. Jika  $\text{Sig} > 0,05$  maka data berdistribusi normal.
2. Jika  $\text{Sig} < 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.

Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. Uji statistik yang dapat digunakan adalah uji Glejser, uji Rho Spearman, uji Park atau uji White. Dalam kasus ini digunakan metode dengan uji Glejser, uji Park, dan uji Rho Spearman.

## 2. Model Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah hubungan antara variabel sehingga digunakan untuk mengestimasi kecenderungan dimasa yang akan datang, dengan berdasarkan data masa lalu dan sekarang. Analisis regresi dapat mengukur tingkat ketergantungan variabel dependen terhadap variabel independen. (Reksoatmojo, 2009, hal. 143). Pengukuran pengaruh melibatkan satu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), dan dinamakan analisis regresi sederhana dengan rumus  $Y=a+bX$ . Dalam penelitian ini analisis data dari variabel independen adalah kualitas produk, merek, harga, risiko, dan lokasi dan marketplace terhadap keputusan pembelian, serta dengan menggunakan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

**Keterangan:**

X1 = Kualitas Produk

X2 = Merek

X3 = Harga

X4 = Risiko

X5 = Lokasi dan Marketplace

Y = Keputusan Pembelian

B1, B2 = Koefisien Regresi dari setiap variabel independen A = konstanta

e = variabel error (terdapat diluar penelitian)

Untuk menentukan persamaan linear, peneliti menggunakan aplikasi Microsof Exel yang digunakan untuk mengolah data serta mengelompokan data para responden, dan data tersebut dianalisis dengan regresi linear berganda dengan

menggunakan alat statistik SPSS.

### **3. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Analisis koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen (variabel terikat). Nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) berkisar antara 0-1. Nilai koefisien determinasi yang kecil menunjukkan kemampuan variabel- variabel bebas (independen) dalam menjelaskan variabel terikat (dependen) sangat terbatas. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi yang besar mendekati 1 menunjukkan variabel bebas (independen) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (dependen). (slamet dan aglis, 2020).

### **4. Pengujian Hipotesis**

#### **a. Uji Simultan (Uji F)**

Pada uji ini yang mana digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang mana telah dimasukan ke dalam model secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. (Ghozali, 2011). Dalam hal ini derajat yang digunakan adalah 0,05. Kriteria pengujian dengan membandingkan F hitung dengan F tabel. Apabila nilai F hitung lebih besar dari pada F tabel maka, hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

#### **b. Uji Parsial (T)**

Uji statistik ini adalah uji signifikan yang mana dapat menunjukkan seberapa jauh variabel bebas secara individual menerangkan variabel terikat.

Variabel yang mempunyai koefisien korelasi yang mana semakin besar maka variabel tersebut mempunyai pengaruh yang paling unggul variabel terikatnya. (Kuncoro, 2013).

Dalam penelitian ini variabel independen adalah faktor yang memengaruhi Kualitas Produk (X1), merek (X2), harga (X3), risiko (X4), Lokasi dan Marketplace (X5) sedangkan variabel dependen adalah keputusan membeli (Y). Uji T digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas (independen) secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Dasar pertimbangan pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Apabila nilai hitung  $>$  tabel dan jika nilai signifikansi  $< \alpha$  (0,05) maka setiap variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat.
- 2) Apabila nilai hitung  $<$  tabel dan jika nilai signifikansi  $> \alpha$  (0,05) maka setiap variabel bebas tidak berpengaruh pada variabel terikat.