

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis, Sifat, dan Lokasi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian survei, menurut Michael (1997, hlm. 136) penelitian survei ialah suatu metode penelitian yang digunakan untuk memecahkan masalah sesuai dengan pertanyaan yang sudah diajukan atau sesuai dengan masalah yang sudah diamati. Penelitian survei juga berarti suatu penelitian yang dilakukan untuk menilai kebutuhan dan menetapkan tujuan, atau untuk menentukan apakah tujuan tersebut telah terpenuhi (Dulli, 2019, hlm. 6). Adapun pendekatan yang digunakan ialah pendekatan kuantitatif, menurut Creswell (1994) yang dikutip oleh Nikolaus Dulli (2019, hlm. 4) penelitian kuantitatif yaitu jenis penelitian yang menjelaskan fenomena dengan mengumpulkan data numerik yang dianalisis menggunakan metode berbasis matematika, utamanya statistik. Sedangkan lokasi penelitian ini berfokus hanya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

C. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin dan angket.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu buku-buku dan sumber-sumber literatur lain yang terkait dan relevan dengan penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data, observasi, dan angket.

1. Angket atau Kuesioner

Angket atau kuesioner menurut Widoyoko (2016) yang dikutip oleh (Purnomo & Palupi, 2016, hlm. 153) merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.

2. Observasi

Observasi yang berarti pengamatan yang bertujuan untuk mendapatkan data tentang suatu masalah, sehingga diperoleh pemahaman atau sebagai pembuktian terhadap informasi/keterangan yang diperoleh sebelumnya (Safithry, 2018, hlm. 48).

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2011, hlm. 80) populasi adalah jumlah keseluruhan objek yang karakteristiknya hendak diduga. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Pradana & Reventiary, 2016, hlm. 4). Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin berjumlah sebanyak 2492, yang melakukan pembelian secara daring di aplikasi Bukalapak.

2. Sampel Penelitian

Sugiyono (2011, hlm. 81) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Pradana & Reventiary, 2016, hlm. 4). Populasi yang dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang pernah maupun melakukan pembelian secara daring di aplikasi Bukalapak. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

F. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah *purposive sampling*, menurut Sugiyono (2018, hlm. 138) *purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Dewantoro, 2019, hlm. 2). Karena populasi dalam penelitian ini diketahui maka dalam

pengambilan jumlah sampel penulis didasarkan pada rumus slovin (Ismail, 2018, hlm. 47):

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1+N.e^2} \\
 &= \frac{2492}{1+2492.0,1^2} \\
 &= \frac{2492}{1+(2492.0,01)} \\
 &= \frac{2492}{1+24,92} \\
 &= \frac{2492}{25,92} = 96,14 / 96 \text{ sampel}
 \end{aligned}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas kesalahan (*error tolerance*) batas kesalahan diambil 10% dengan tingkat kepercayaan 90%.

1 = bilangan konstanta

Dari perhitungan diatas jumlah populasi mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam sebanyak 2.492 orang dengan menggunakan rumus Slovin, dengan tingkat kesalahan 10% diperoleh jumlah sampel sebanyak 96 orang.

G. Variabel Penelitian

1. Variabel Terikat (dependent): Keputusan Pembelian (Y).
2. Variabel Bebas (Independent): Faktor budaya (X_1), Faktor Sosial (X_2), Faktor Pribadi (X_3), Faktor Psikologis (X_4).

H. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel X dan Y

Variabel	Sub Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Perilaku Konsumen (X)	Faktor Budaya (X_1)	Kebudayaan sesuatu yang turun-temurun dari generasi ke generasi yang lain.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pergeseran Budaya 2. Wilayah Geografis 3. Kelas Sosial 	Ordinal
	Faktor Sosial (X_2)	Pembagian kelompok masyarakat yang relatif permanen dan relatif teratur dimana anggota-anggotanya memiliki nilai, minat dan perilaku yang serupa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti Lingkungan 2. Pengalaman dari anggota keluarga. 3. Mengikuti teman. 	Ordinal
	Faktor Pribadi (X_3)	Karakteristik pribadi menjadi faktor penentu dalam pembelian, sejumlah karakteristik pribadi seperti usia, tahap siklus hidup,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Usia dan tahap 2. Pekerjaan 3. Keadaan ekonomi 4. Gaya hidup 5. Kepribadian 	Ordinal

		pekerjaan dan kemampuan ekonomi.		
	Faktor Psikologis (X_4)	Karakteristik psikologis merujuk ke sifat-sifat diri dan hakiki konsumen perorangan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Motivasi 2. Persepsi 3. Pembelajaran 4. Keyakinan dan sikap 	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian (Y)	Tindakan konsumen atau tidak terhadap produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Penilaian alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku setelah pembelian 	Ordinal

Sumber: Diadaptasi dari penelitian Muhammad Gifary (2017)

Skala yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur jawaban responden adalah skala *likert*. Menurut sugiyono (2017, hal. 93) Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3.2 Skala Pengukuran

Jawaban	Nilai
---------	-------

Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

I. Uji Validasi dan Reabilitas

Uji Validasi dan Reabilitas instrument penelitian di maksudkan agar data yang diperoleh dengan cara penyertaan kuesioner valid dan reliable. Instrumen yang dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan mampu mengungkapkan data yang diteliti secara tepat (Sarmanu, 2017, hlm. 9).

Uji reabilitas adalah uji kekonsistenan instrumen untuk mengukur data. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang menghasilkan ukuran yang konsisten. Uji reabilitas bertujuan untuk menguji sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Pengukuran reabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Alpha *Cronbach* (α), dimana biasanya reabilitas minimal 0,5 (Sarmanu, 2017, hlm. 9).

J. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Pengolahan Data

Untuk mengolah data yang diperlukan, penulis menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

a. Editing

Meneliti kembali data yang terkumpul sehingga dapat diketahui kelengkapan dan kekurangannya, jawaban yang diberikan responden sudah relevan atau tidak. Sehingga bisa dilanjutkan kepada proses yang berikutnya.

b. *Coding*

Dalam proses pengolahan data, koding dapat diartikan sebagai usaha untuk mengklarifikasikan data menurut jenis dan ragamnya. Ringkasnya, koding ialah memberikan tanda, simbol dan pengkodean bagi tiap-tiap variabel penelitian.

c. Tabulasi (*Tabulation*)

Data-data dari hasil penelitian yang diperoleh, data yang dimaksud berupa jawaban dari responden yang kemudian di golongan menjadi beberapa kategori berdasarkan variabel dan sub-sub variabel yang diteliti. Dalam pengertian sederhananya, tabulasi ialah proses menyusun data, atau fakta-fakta yang telah diedit diberi kode ke dalam bentuk-bentuk tabel-tabel (Ariyanti, 2019).

2. Analisis Data

Untuk menjawab rumusan masalah maka penulis akan menganalisis data yang diperoleh, penulis akan menggunakan instrumen yang baik dan memiliki beberapa kriteria yakni validitas, reliabilitas.

a. Uji Validitas

Pada penelitian kuantitatif, uji validitas dapat dimenggunakan korelasi Pearson (r). Koefisien korelasi yang diperoleh setelah diuji dengan uji t

hasilnya bermakna, berarti instrumen tersebut valid. Selain dengan korelasi Pearson dapat juga menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Nilai loading (λ) yang diperoleh, selanjutnya diuji dengan uji t. Jika hasilnya bermakna berarti instrumen yang digunakan adalah valid (Sarmanu, 2017, hlm. 9).

Untuk menguji validitas ini digunakan teknik koefisien korelasi *product moment* dari Karl Pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien toleransi antar masing-masing item

X = Nilai/skor dari masing-masing item

Y = Nilai/total skor item

X^2 = Kuadrat skor instrument pertama

Y^2 = Kuadrat skor instrument kedua

n = Jumlah responden

XY = Perkalian antara masing-masing ite

b. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah uji kekonsistenan instrumen untuk mengukur data. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang menghasilkan ukuran yang konsisten. Uji reabilitas bertujuan untuk menguji sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Pengukuran reabilitas dilakukan

dengan menggunakan koefisien *Alpha Cronbach* (α), dimana biasanya reabilitas minimal 0,5 (Sarmanu, 2017, hlm. 9).

Untuk mengetahui suatu alat ukur itu reliabel dapat diuji dengan menggunakan rumus *Alpha* sebagai berikut:

$$r_n = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

r_n = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma^2$ = Jumlah varians butir

σ_1^2 = Varians total

c. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik antara lain:

1) Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linear, hal ini ditunjukkan oleh besarnya nilai *random error* (e) yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah didistribusikan secara normal atau mendekati normal. Sehingga data layak untuk diuji secara statistik. Ada beberapa teknik yang digunakan untuk menguji normalitas data, salah satu diantaranya adalah dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Metode *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui

apakah sampel berasal dari populasi dengan distribusi tertentu dalam hal ini adalah distribusi normal (Sinaga, Matondang, & Sitompul, 2019, hlm. 128).

2) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyanto (2016, hlm. 131) Uji Heteroskedastisitas didefinisikan sebagai keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengalaman yang lain pada model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang mensyaratkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Terdapat beberapa metode untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas antara lain dengan cara uji *Spearman's rho* dan dengan melihat pola titik-titik pada *scartterplots* regresi.

3) Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas adalah keadaan di mana antar dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik tidak adanya masalah multikorelasi. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikorelasi umumnya dengan menilai nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*) pada hasil regresi linear (Priyanto, 2016, p. 143).

K. Analisis Regresi Linear Berganda

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis statistik dengan menggunakan program SPSS, dimana rumus statistik yang digunakan

adalah *Linier Multiple Regression* (Regresi Linier Berganda), dimana fungsinya adalah:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + b_4.X_4 + e$$

Fungsi tersebut menerangkan hubungan antara variabel bebas (X) dan Variabel Terikat (Y), dimana:

Y: Perilaku Konsumen

a: Konstanta

b1 s/d b4 : Koefisien Regresi

X1 : Faktor Budaya

X2 : Faktor Sosial

X3 : Faktor Pribadi

X4 : Faktor Psikologis

e : Faktor gangguan

L. Uji-t

Analisis ini digunakan untuk mengetahui adanya signifikansi pengaruh variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis terhadap keputusan pembelian digunakan uji-t. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individual mampu memengaruhi variabel terikat. Jadi dalam penelitian ini, uji-t digunakan untuk:

- a. Menguji apakah ada pengaruh faktor budaya (X_1) terhadap perilaku keputusan pembelian (Y). Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

$$4) t_{hitung} = \frac{b}{seb}$$

Keterangan:

b: koefisien regresi

Seb: standar eror

5) t_{tabel}

a) Taraf signifikansi (α) = 5%

b) Derajat kebebasan (df) = $n-k-1$

Diketahui:

n: jumlah responden

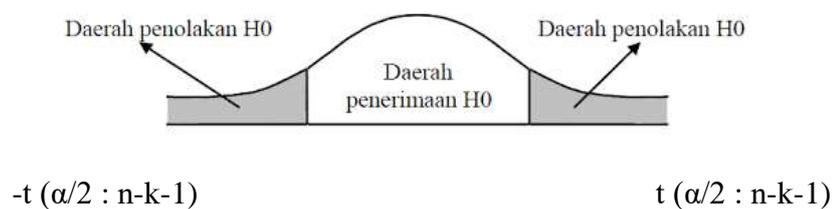
k: jumlah variabel bebas pada pengujian parsial

c) Uji dilakukan dengan pengujian = dua sisi (karena pada hipotesis masih belum diketahui arahnya, belum diketahui apakah pengaruh faktor budaya (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) sifatnya positif atau negatif). Jadi nilai $t_{\text{tabel}} = (\alpha/2 : n-k-1)$.

6) Kriteria pengujian

a) H_0 diterima bila: $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ dan $p > 0,05$.

b) H_0 ditolak bila: $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ dan $p < 0,05$.



Kurva Distribusi Normal (Uji t, uji dua sisi)

Gambar 3.1 Kurva Distribusi Normal Uji t

b. Menguji apakah ada pengaruh faktor sosial (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

$$1) t_{hitung} = \frac{b}{seb}$$

Keterangan:

b: koefisien regresi

Seb: Standar Error

$$2) t_{tabel}$$

a) Taraf signifikansi (α) = 5%

b) Derajat kebebasan (df) = n-k-1

Diketahui:

n: jumlah responden

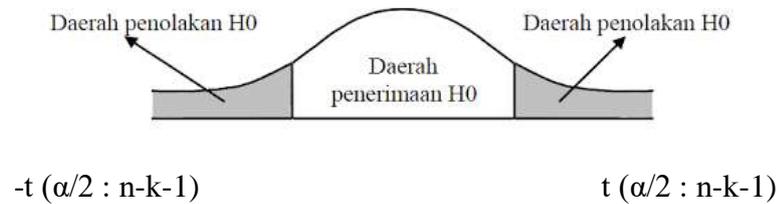
k: jumlah variabel bebas pada pengujian parsial

c) Uji dilakukan dengan pengujian = dua sisi (karena pada hipotesis masih belum diketahui arahnya, belum diketahui apakah pengaruh faktor sosial (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) sifatnya positif atau negatif). Jadi nilai $t_{tabel} = (\alpha/2 : n-k-1)$.

3) Kriteria pengujian

a) H_0 diterima bila: $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dan $p > 0,05$.

b) H_0 ditolak bila: $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$ dan $p < 0,05$.



Kurva Distribusi Normal (Uji t, uji dua sisi)

Gambar 3.2 Kurva Distribusi Normal Uji t

- c. Menguji apakah ada pengaruh faktor pribadi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y).

Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

$$1) t_{hitung} = \frac{b}{seb}$$

Keterangan:

b: koefisien regresi

Seb: Standar Error

$$2) t_{tabel}$$

a) Taraf signifikansi (α) = 5%

b) Derajat kebebasan (df) = n-k-1

Diketahui:

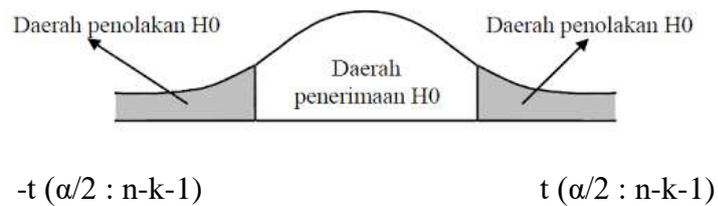
n: jumlah responden

k: jumlah variabel bebas pada pada pengujian parsial

- c) Uji dilakukan dengan pengujian = dua sisi (karena pada hipotesis masih belum diketahui arahnya, belum diketahui apakah pengaruh faktor pribadi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) sifatnya positif atau negatif). Jadi nilai $t_{tabel} = (\alpha/2 : n-k-1)$.

3) Kriteria pengujian

- a) H_0 diterima bila $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ dan $p > 0,05$.
- b) H_0 ditolak bila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ dan $p < 0,05$.



Kurva Distribusi Normal (Uji t, uji dua sisi)

Gambar 3.3 Kurva Distribusi Normal Uji t

- d. Menguji apakah ada pengaruh faktor psikologis (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y).

Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1) $t_{\text{hitung}} = \frac{b}{\text{Seb}}$

Keterangan:

b: koefisien regresi

Seb: Standar Error

2) t_{tabel}

a) Taraf signifikansi (α) = 5%

b) Derajat kebebasan (df) = $n-k-1$

Diketahui:

n: jumlah responden

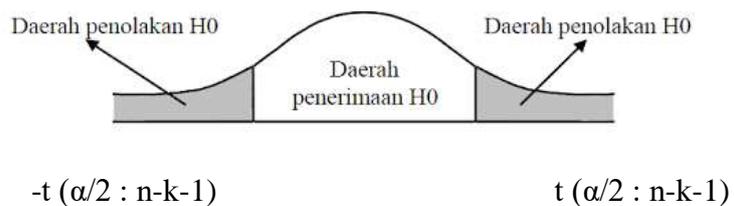
k: jumlah variabel bebas pada pada pengujian parsial

c) Uji dilakukan dengan pengujian = dua sisi (karena pada hipotesis masih belum diketahui arahnya, belum diketahui apakah pengaruh faktor psikologis (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y) sifatnya positif atau negatif). Jadi nilai $t_{tabel} = (\alpha/2 : n-k-1)$.

3) Kriteria pengujian

a) H_0 diterima bila $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dan $p > 0,05$.

b) H_0 ditolak bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$ dan $p < 0,05$.



Kurva Distribusi Normal (Uji t, uji dua sisi)

Gambar 3.4 Kurva Distribusi Normal Uji t

M. Uji-F

Uji-F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama atau simultan mampu mempengaruhi variabel terikat.

Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

$$a. F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{K}}{\frac{1-R^2}{(n-K-1)}}$$

Keterangan:

R^2 : koefisien determinasi

k: banyaknya variabel bebas yang diteliti pada pengujian regresi berganda

n: jumlah responden

b. F_{tabel}

- 1) Taraf signifikansi (α) = 5%
- 2) Derajat kebebasan (df penyebut) = $n-k-1$
- 3) Derajat kebebasan (df pembilang) = (k)

Diketahui:

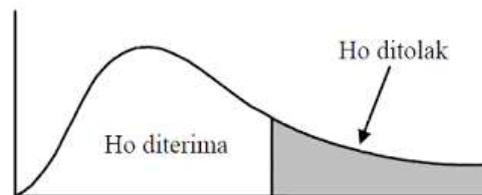
n: jumlah responden

k: jumlah variabel bebas pada pengujian regresi linear berganda

Jadi nilai $F_{\text{tabel}} = (\alpha) ; (k) ; (n-k-1)$

c. Kriteria Pengujian

- 1) H_0 diterima bila: $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ dan $p > 0,05$.
- 2) H_0 ditolak bila: $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ dan $p < 0,05$.



$F(\alpha) ; (k) ; (n-k-1)$

Kurva Distribusi Normal (Uji f)

Gambar 3.5 Kurva Distribusi Normal (Uji f)

N. Koefisien Determinasi (R^2)

Derajat ketepatan atau koefisien determinasi yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis) terhadap variabel terikat (Keputusan pembelian).