

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yang menggambarkan dan menggambarkan situasi dan fenomena secara lebih jelas dalam kaitannya dengan situasi dan situasi yang terjadi. Jenis penelitian selanjutnya yang digunakan adalah penelitian kuantitatif (Sugishirono, 2012).

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk menyajikan temuan dalam bentuk angka atau statistik (Sulianto, 2006).

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil objek di Kalimantan Selatan khususnya pengguna yang menggunakan *marketplace* Shopeee.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2016: 80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian adalah sekumpulan subjek yang ditentukan

oleh kriteria tertentu untuk diklasifikasikan ke dalam subjek tersebut, termasuk tetapi tidak terbatas pada orang, dokumen, atau catatan yang dianggap sebagai subjek penelitian. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna Shopeee Marketplace di Kalimantan Selatan.

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2016:80), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi (misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu), maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Dalam penelitian ini, karena jumlah anggota populasi tidak diketahui, maka digunakan teknik *non-probability sampling* dan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diperlukan agar dapat menentukan jumlah sampel yang akan dianalisis. Teknik ini digunakan karena tidak seluruh sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang sedang diteliti, oleh sebab itu teknik *purposive sampling* digunakan untuk menetapkan pertimbangan serta kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan pada penelitian ini. Target sampling sering digunakan karena banyak keterbatasan yang menghalangi peneliti untuk mengambil sampel secara acak. Oleh karena itu, diharapkan standar sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Kriteria yang digunakan dalam sampel adalah pengguna yang menggunakan Shopeee Marketplace di Kalimantan Selatan.

Menurut (Sugiyono, 2016:91) memberi saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya : pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen dan dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Karena populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus Cochran dalam (Sugiyono, 2012:136) :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

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

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ orang}$$

Keterangan:

n= sampel

z= harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p= peluang benar 50% = 0,5

$q = \text{peluang salah } 50\% = 0,5$

$e = \text{margin error } 10\%$

Dari hasil diatas terdapat pecahan dan menurut (Sugiyono, 2012:143) pada perhitungan yang menghasilkan pecahan (terdapat koma) sebaiknya dibulatkan ke atas. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden.

D. Data dan Sumber Data

1. Data

Data yang digali dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

a. Data primer, meliputi :

1. Identitas responden mencakup nama, jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan per bulan dan pengeluaran per bulan.
2. Data tentang pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risk* dan Fitur Layanan berpengaruh pada keputusan pembelian pada *Marketplace* Shopee di Kalimantan Selatan

b. Data sekunder, meliputi:

1. Gambaran umum lokasi penelitian.
2. Data dari buku-buku, catatan-catatan kuliah, artikel-artikel, dan majalah-majalah yang berhubungan dengan penelitian.

2. Sumber data

Adapun yang alam menjadi sumber data dalam penelitian ini, diantaranya:

- a. Data primer adalah data yang diperoleh dengan cara memberikan pertanyaan berupa tertulis (kuesioner) secara langsung melalui google form. Di dalam kuesioner tersebut pengguna *marketplace* Shopeee menilai *perceived ease of use*, *perceived risk*, fitur layanan dan keputusan pembelian pada *marketplace* shopeee di kalimantan selatan atau objek penelitian ini, sebagaimana yang disebutkan dalam lokasi penelitian.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur, buku-buku, catatan-catatan kuliah, artikel-artikel, dan majalah-majalah yang berhubungan dengan penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang menanyakan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis. Menanggapi Responden. Teknologi pengumpulan data ini diterapkan untuk memperoleh informasi melalui pertanyaan atau pernyataan tertulis yang dikirimkan kepada pengguna Shopeee Marketplace di Kalimantan Selatan.

F. Teknik Pengolahan Data

Setelah mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian ini, penulis memutuskan prosedur pengolahan data dalam beberapa tahap:

- a. Editing, adalah penulis meneliti dan memeriksa kembali kelengkapan, kejelasan, dan kesempurnaan data yang diperoleh di lapangan.

- b. Tabulasi, yaitu menyusun tabel-tabel maupun diagram untuk tiap-tiap variabel serta pengkategorisasi maupun perhitungan persentasenya.
- c. Interpretasi, yaitu memberikan penafsiran serta penilaian dari hasil penelitian sehingga terlihat jelas makna seluruh data.

G. Desain Pengukuran

Variabel terikat (dependen) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012). Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang mempengaruhinya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee di Kalimantan Selatan, sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini adalah *perceived ease of use* (X_1), *perceived risk* (X_2) dan fitur layanan (X_3).

a. Instrumen Penelitian

Menurut (Arikunto, 2013) instrumen penelitian adalah alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data guna memudahkan penelitian dan mengolah hasil. Survei ini menggunakan alat bantu berupa kuesioner (kuesioner) yang berisi pertanyaan atau pernyataan tertulis yang dikirimkan kepada karyawan, yang dirancang untuk kemudahan responden dalam mengisi kuesioner.

Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen

No	Variabel	Indikator
1	<i>Perceived Ease Of Use</i> (Venkatesh dalam (Ashghar dan Nurlatifah, 2020:30))	1. Sistem mudah dimengerti 2. Praktis dalam penggunaan 3. Sistem mudah digunakan 4. Sistem mudah dijangkau
2	<i>Perceived Risk</i> (Zhao et al., 2019)	1. Berupa adanya risiko tertentu 2. Mengalami Kerugian 3. Pemikiran bahwa berisiko
3	Fitur layanan (Schmitt dalam Setyo Ferry, dkk (2015))	1. Kemudahan akses informasi 2. Beragam layanan transaksi 3. Keberagaman fitur layanan <i>marketplace</i> 4. Inovasi produk
4	Keputusan Pembelian (Kotler, 2008)	1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain 4. Melakukan Pembelian Ulang

Sumber: data diolah (2022)

Setiap butir pertanyaan dalam angket disesuaikan dengan kisi-kisi Instrumen penelitian seperti pada tabel 3.1 untuk variabel *perceived ease of use*, *perceived risk*, fitur layanan dan keputusan pembelian, disajikan pertanyaan yang harus diisi responden. Untuk variabel tersebut diberikan skor pada setiap butir pertanyaan dalam angket berdasarkan skala *Likert*.

Tabel 3.2 Penskoran butir pertanyaan angket

Pernyataan Positif	
Alternatif Jawaban	Poin
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: data diolah (2022)

H. Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan dari penelitian diuji dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

a. Analisis Deskriptif

Analisis ini bertujuan untuk mendeskripsikan atau mendeskripsikan data ditinjau dari variabel yang ditinjau dari mean (rata-rata), minimum, maksimum dan standar deviasi. Statistik deskriptif biasanya digunakan untuk menggambarkan profil data sampel sebelum menggunakan teknik analisis statistik yang dirancang untuk menguji hipotesis.

b. Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

i. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu survei valid. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Arikunto, 2013). Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r yang dihitung (korelasi total dari suku-suku yang berkorelasi) dengan nilai pada r -tabel, dengan mempertimbangkan derajat kebebasan (df) = $n-2$ (di mana n adalah jumlah sampel). Jika r hitung $>$ r tabel, ini berarti pernyataan tersebut valid. Namun jika r hitung $<$ r tabel, berarti pernyataan tersebut tidak valid.

ii. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan dijawab responden secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari (>0.06).

c. Regresi Linier Berganda

Analisis statistik dengan regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh perubahan variabel bebas terhadap variabel terikat. Saya menggunakan program SPSS untuk melakukan beberapa perhitungan regresi linier.

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

\hat{Y} : Keputusan pembelian

A : konstanta

b_1 : Koefisien regresi *perceived ease of use*

X_1 : *Perceived ease of use*

b_2 : Koefisien regresi *perceived risk*

X_2 : *Perceived risk*

b_3 : Koefisien regresi fitur layanan

X_3 : Fitur layanan

e : Standar Error

Sumber: (Kurniawan, 2011)

d. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik menunjukkan bahwa hasil analisis regresi berganda yang digunakan untuk analisis dalam penelitian ini tidak terdapat penyimpangan dari asumsi klasik, antara lain uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Penjelasan dari masing-masing tes berikut.

i. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah noise atau variabel residual dalam suatu model regresi berdistribusi normal. Ada dua cara untuk menentukan apakah residual terdistribusi normal. analisis grafik dan uji statistik.

ii. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. Nilai R² yang dihasilkan oleh estimasi model regresi empiris sangat tinggi, namun secara individual banyak variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
2. Menganalisis korelasi variabel independen. Jika korelasi antara variabel independen cukup tinggi (biasanya 0,90 atau lebih tinggi), ini merupakan indikasi multikolinearitas.

iii. Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah varians dan residual dari suatu model regresi tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varians dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, dikatakan homoskedastisitas, dan jika berbeda dikatakan heteroskedastisitas.

iv. Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk menentukan apakah ada penyimpangan dari asumsi tradisional. Autokorelasi berarti bahwa pengamatan selanjutnya dari variabel dependen harus tidak berkorelasi. (Robert d.mason and douglas a.lind widyono soetjipto, 1999).

I. Uji Hipotesis

Ketepatan fungsi regresi dalam mengestimasi nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of Fit*-nya. Secara statistik dapat diukur dari nilai statistik t, nilai statistik f dan koefisien determinasinya. Perhitungan statistik dianggap signifikan secara statistik jika nilai uji yang diinginkan berada dalam rentang kritis (rentang di mana H_0 ditolak). H_0 menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap variabel dependen. Jika nilai uji statistik berada dalam kisaran yang dapat diterima untuk H_0 , maka dianggap tidak signifikan.

a. Uji Statistik

Uji statistik t pada dasarnya memberi tahu Anda seberapa besar pengaruh variabel penjelas/independen secara independen menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Berikut langkah-langkah untuk melakukan uji-t:

1. Menentukan formulasi hipotesis statistik dan hipotesis alternatifnya.

Rumusan hipotesis statistik dalam pengujian ini adalah.

- a) Rumusan hipotesis nihil dan alternatif untuk variabel *perceived ease of use* terhadap keputusan pembelian pada *marketplace shopee* di Kalimantan Selatan.

H_{01} : $\beta_1 = 0$, artinya *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

H_{a1} : $\beta_1 > 0$, artinya *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

b) Rumusan hipotesis nihil dan alternatif untuk variabel *perceived risk* terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* shopee di kalimantan selatan.

H₀₂: $\beta_2 = 0$, artinya *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H_{a2}: $\beta_2 < 0$, artinya *perceived risk* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

c) Rumusan hipotesis nihil dan alternatif untuk variabel fitur layanan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* shopee di kalimantan selatan.

H₀₂: $\beta_2 = 0$, artinya fitur layanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H_{a2}: $\beta_2 < 0$, artinya fitur layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

2. Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi adalah batas toleransi dalam menerima kesalahan dari hasil hipotesis terhadap nilai parameter populasinya. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau taraf signifikansi 5% ($\lambda=0.05$)

3. Menentukan kriteria pengambilan keputusan

Apabila $p \text{ value} \leq 0.05$ maka mampu menolak H₀ atau dengan kata lain hipotesis alternatif diterima, artinya bahwa variabel independen secara parsial atau individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap dependen. Apabila $p \text{ value} > 0.05$ maka tidak mampu menolak H₀ atau

dengan kata lain hipotesis alternatif tidak dapat diterima, artinya bahwa variabel independen secara parsial atau individual tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) artinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu.