

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan. “Penelitian lapangan merupakan suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan” (Arikunto, 2015, hlm, 58).

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *kuantitatif*. Pendekatan *kuantitatif* dilakukan untuk mengukur variabel bebas dan terikat dengan angka-angka yang diolah melalui analisis statistik. Pendekatan kuantitatif dipilih oleh peneliti untuk menganalisis pengaruh iklan online dan voucher gratis pada keputusan pembelian e-commerce shopee di Banjarmasin Timur.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Banjarmasin Timur karena pertama, dari BPS kecamatan Banjarmasin Timur ialah salah satu tempat padat penduduk ke-3 se Kota Banjarmasin yang berjumlah 7306,98 jiwa/orang.

D. Data Dan Sumber Data

1. Data Primer

“Data *primer* adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data” (Sugiyono, 2015, hlm 65). Penelitian ini menggunakan data *primer* karena datanya diperoleh dari sumber pertama atau didapat langsung dari responden melalui pengisian kuesioner yang dibagikan oleh penelitian.

E. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Banjarmasin Timur yang pernah belanja di shopee.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2015) “sampel merupakan sebagian dari populasi atau dalam istilah matematika dapat disebut sebagai himpunan bagian atau subset dari populasi”.

Arikunto (2012) menyatakan bahwa “sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti”. Teknik penarikan sampel penelitian ini adalah *Accidental Sampling*, “teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang kebetulan itu cocok untuk sumber data” (Sugiyono, 2016, 124).

Untuk menentukan besar ukuran maka dapat digunakan rumus *slovin* yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

Tingkat presesi ditetapkan sebesar 0.001-0.05 ataupun 5% (0,1) yaitu pada tingkat kepercayaan 90% dari jumlah populasi 7306, maka diperoleh ukuran sampel sebagai berikut:

$$= \frac{7306}{1 + 7306(0,1)^2}$$

$$= \frac{7306}{1 + 7306(0,01)}$$

$$= \frac{7306}{73,06}$$

$$n = 100$$

Dari hasil perhitungan populasi menggunakan rumus slovin, maka sampel yang diambil berjumlah 100 orang.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2015) “kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan

tertulis kepada responden untuk dijawab”. Responden dalam penelitian ini merupakan seluruh pengguna aplikasi shopee yang sudah pernah melakukan transaksi atau belanja menggunakan aplikasi shopee.

2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengumpulkan catatan dari instansi, bahan-bahan bacaan, jurnal serta bahan-bahan lainnya yang berkaitan dengan penelitian khususnya data-data yang menyangkut tentang iklan online dan voucher gratis, seperti:

- a. Perilaku Konsumen
- b. Keputusan Pembelian
- c. Iklan Online
- d. Voucher Gratis
- e. Iklan Online Dan Voucher Gratis Menurut Islam

G. Instrumen Penelitian

Kuesioner yang disebarkan pada responden berisi sejumlah daftar pertanyaan secara tertulis untuk memperoleh informasi dari responden dengan menggunakan skala Likert. Menurut Sarjono dan Julianita (2016) “skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang terhadap suatu kejadian atau keadaan sosial, dimana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menjadikan item- item pertanyaan”. Skala likert

mempunyai tingkatan dari sangat positif menjadi sangat negatif, biasanya menggunakan kata-kata berupa sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Skala likert dengan empat alternatif jawaban dirasakan sebagai hal yang paling tepat. Skala likert dengan empat alternatif jawaban dirasakan sebagai hal yang paling tepat. Jika menggunakan skala likert dengan lima alternatif jawaban atau lebih, maka akan membuat hasil menjadi rancau, karena dalam kenyataannya dilapangan, sebagian besar responden akan memilih jawaban netral, dan sangatlah sulit memberikan kriteria penilaian pada jawaban netral. Dalam penilaian ini para responden diminta memberikan jawaban dengan tanda silang (X) atau tanda (√) pada jawaban yang dipilih, dimana:

- a. Jawaban yang sangat setuju diberi skor 1
- b. Jawaban setuju diberi skor 2
- c. Jawaban tidak setuju diberi skor 3
- d. Jawaban sangat tidak setuju diberi skor 4

Kuesioner dalam penilaian ini digunakan untuk mengumpulkan informasi terkait dengan iklan online dan voucher gratis ongkir. Untuk lebih jelasnya mengenai instrumen penelitian ini dapat dilihat pada kisi-kisi instrumen berikut ini:

Tabel 1.1 kisi-kisi instrumen penelitian:

Variable	Sub Variable	Indikator	Skala Pengukuran
----------	--------------	-----------	------------------

Iklan Online (X1)	Iklan yang berkaitan dengan media social	Iklan Youtube Iklan Tiktok Iklan Instragram	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan SkalaLikert
Voucher Gratis (X2)	Voucher Gratis Shopee	Voucher Gratis Ongkir Mingguan Gratis Ongkir Extra Voucher Cashback	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan SkalaLikert
Keputusan Pembelian (Y)	Pengaruh iklan online dan voucher gratis ongkir	Pengaruh iklan youtube, istagram, tiktok, voucher gratis ongkir mingguan, gratis ongkir extra dan voucher cashback pada keputusan pembelian	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan SkalaLikert

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis *deskriptif kuantitatif*. “Analisis *deskriptif kuantitatif* yaitu suatu metode penelitian yang bersifat menggambarkan kenyataan atau fakta sesuai dengan data yang diperoleh dengan tujuan untuk mengetahui kualitas layanan atau minat nasabah untuk menggunakan jasa” (Sugiyono, 2015, hlm 70).

Guna mendapatkan hasil yang maksimal dalam penelitian, maka diperlukan

pengujian, yaitu:

1. Uji Validitas Data

“Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti” (Sugiyono, 2015, hlm 172). Jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini merupakan angket tertutup dengan jawaban sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Setiap jawaban diberi skor terlebih dahulu. “Untuk mengukur tingkat validitas, tiap butiran angket digunakan rumus korelasi *product moment*” sebagai berikut (Arikunto, 2015, hlm 213):

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

Keterangan:

r_{XY} = Angka indeks korelasi “r” atau product moment

N = Number of cases

$\sum XY$ = Jumlah hasil perkalian antara skor X dan skor Y

$\sum X$ = Jumlah skor seluruh X

$\sum Y$ = Jumlah skor seluruh Y

Suatu instrumen dikatakan valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan sebaliknya $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dikatakan tidak valid sehingga tidak dapat dipergunakan dan dihilangkan dalam analisis. Alasan digunakan rumus tersebut adalah untuk mengetahui tingkat

kevalidtan sebuah instrumen. “Pengujian validitas item dengan korelasi pearson yaitu dengan mengkolerasikan skor item dengan skor total item, kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteriamenggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi” (Priyanto, 2012, hlm 51). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi yang sig 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid) harus dibuang karena harga r_{hitung} untuk butir-butir soal tersebut lebih kecil dibandingkan r_{tabel} .

“Reliabilitas itu berkaitan dengan konsistensi skor, artinya kemampuan instrumen atau tes untuk menghasilkan skor yang mendekati sama dari setiap individu dan kapan saja apabila dilakukan pengujian ulang”. Reliabilitas berarti ketepatan atau dapat dipercaya. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan program SPSS dengan teknik belah dua (*split half*) dengan rumus *Spearman Brown*, yaitu (Sugiyono, 2015, hlm 185):

$$r_1 = \frac{2r_{AB}}{1 + r_{AB}}$$

(Sumber : Sugiyono, 2009:186)

Dimana :

- r_1 = Reliabilitas internal seluruh instrument
 r_{AB} = Korelasi *Product Moment Pearson* antara item ganjil dan genap

Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan program SPSS menggunakan menu analisis *Scale*. Butir pertanyaan yang ada pada instrumen angket diuji reliabilitasnya agar dapat mendapatkan skala pengukuran instrumen yang baik. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. “Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada *output statistic*, apabila nilai *cronbach alpha* diatas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut reliabel” (Priyanto, 2012, hlm 98).

2. Uji Asumsi Klasik

“Penelitian ini menggunakan asumsi terhadap model regresi yang digunakan, dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak” (Santoso, 2012, hlm 358). Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas data, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas dan uji autokorelasi.

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data berguna pada tahap awal dalam metode pemilihan analisis data.

Adapun ketentuan dalam uji normalitas data adalah:

- Jika data normal, maka digunakan data statistik *parametrik*,

- Jika data tidak normal, gunakan statistik nonparametrik.

“Tujuan uji normalitas data ini adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi variable pengganggu atau residual normal. Pengujian ini diperlukan karena untuk melakukan uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal” (Erlina, 2015, hlm 103). Cara yang digunakan untuk mendeteksi apakah residual mengikuti berdistribusi normal atau tidak adalah dengan analisis grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, demikian sebelumnya, menurut Ghozali (2016, hlm 112) cara yang digunakan untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak adalah dengan:

1) Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola berdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas,
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan data

berdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) Analisis Statistik

Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik *Kolmogrov-Smirnov* (K-S) (Ghozali, 2016, hlm 115).

Uji K-S dibuat dengan membuat hipotesis:

Ho : Data residual berdistribusi normal

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal

Bila $\text{sig} > 0,05$ dengan $\alpha = 5\%$, berarti distribusi data normal (Ho diterima), sebaliknya bila $\text{sig} < 0,05$ dengan $\alpha = 5\%$, berarti distribusi data tidak normal (Ha diterima). Distribusi yang melanggar asumsi normalitas dapat dijadikan menjadi bentuk normal dengan berbagai cara sebagai berikut;

a. Transformasi Data

Transformasi Data data dapat dilakukan dengan logaritma natural (ln), log 10, maupun akar kuadrat. Jika ada data yang bernilai negatif, transformasi data dengan log akan menghilangkannya sehingga sampel (n) akan berkurang.

b. Trimming

Trimming adalah membuang (memangkas) observasi yang bersifat outlier, yaitu yang nilainya lebih kecil dari $\mu - 2\sigma$ atau lebih besar dari $\mu + 2\sigma$. Metode ini juga akan mengecilkan sampelnya.

c. Winzoring

Winzoring mengubah nilai-nilai *outliers* menjadi nilai-nilai

minimum atau maksimum yang diizinkan supaya distribusi menjadi normal. Nilai-nilai observasi yang lebih kecil dari $\mu - 2\sigma$ akan diubah nilainya menjadi $\mu - 2\sigma$ dan nilai-nilai yang lebih besar dari $\mu + 2\sigma$ akan diubah menjadi $\mu + 2\sigma$.

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. “Jika variabel residual tersebut tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas” (Ghozali, 2016, hlm 105). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan nilai residualnya (SRESID).

Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel independen dengan nilai residualnya. Dasar yang digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas antara lain:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergalombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi diantara variabel independen. “Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen” (Ghozali, 2016, hlm 91). Pengujian ada tidaknya gejala multikolinieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta VIF (*Variance Inflation Faktor*) dan *tolerance*.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi adalah sebagai berikut:

- 1) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen, jika diantara variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikonlinieritas.
- 2) Multikolinieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *variance inflation faktor* (VIF), nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikonilieritas adalah nilai *tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10.

d. Uji Autokorelasi

Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan

ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Hal ini sering ditemukan pada *time series*. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi masalah autokorelasi adalah dengan uji *Durbin Watson*. Pengambilan ada tidaknya autokorelasi adalah:

Tabel 1.2 Pengambilan Keputusan Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif D_l	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autokorelasi positif D_u	<i>No Decision</i>	$d_l \leq d \leq d_u$
Tidak ada autokorelasi negatif < 2	Tolak	$2 - d_l < d < 2$
Tidak ada autokorelasi negatif $2 - d_l$	<i>No Decision</i>	$2 - d_u \leq d \leq 2 - d_l$
Tidak ada autokorelasi positif dan negatif $- d_u$	Tidak ditolak	$d_u < d < 2 - d_u$

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2015) “analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, jika dua atau

lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya)". Model analisis ini dipilih karena penelitian ini dirancang untuk meneliti variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel yang tidak bebas. Persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut (Sugiyono, 2015, hlm 275):

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = Iklan Online

X₂ = Voucher Gratis Ongkir

e = Penambahan variabel bebas

b. Uji t

“Uji signifikansi parameter individual (uji statistik t) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen” (Ghozali, 2016, hlm 95). Pengujian secara parsial ini dilakukan dengan cara membandingkan antara tingkat signifikansi t dari hasil pengujian dengan nilai signifikan yang digunakan dalam penelitian ini. Cara pengujian parsial terhadap variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih kecil dari nilai signifikansi yang dipergunakan yaitu

sebesar 5 persen maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

- 2) Jika nilai signifikansi t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih besar dari nilai signifikansi yang dipergunakan yaitu sebesar 5 persen maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji F

Uji F digunakan menguji signifikansi pengaruh variabel X terhadap Y secara bersama-sama dengan formulasi sebagai berikut:

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

Keterangan:

- R^2 : koefisien korelasi ganda
 K : Jumlah variabel independenn
 n : Jumlah anggota sampel

Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah:

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 diterima.

Berdasarkan dasar signifikan, kriteria adalah:

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka signifikan.
- Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka tidak signifikan