

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilaksanakan di suatu tempat atau lokasi yang dipilih untuk meneliti atau menyelidiki sesuatu yang terjadi disuatu tempat. Penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan pendekatan kausalitas bertujuan untuk melihat hubungan sebab akibat dari fenomena atau pemecahan masalah yang diteliti sehingga peneliti dapat mengetahui pengaruh variabel pemasaran afiliasi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. (Husein Umar, 2005).

Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang datanya berbentuk angka-angka untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Data yang didapatkan akan diolah sesuai dengan kesimpulan sementara yaitu mengetahui pengaruh dari variabel satu dengan variabel Lainnya. (Sukardi, 2014).

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

Peneliti akan melakukan penelitian pada masyarakat di Kota Banjarmasin yang pernah membeli produk pada aplikasi *shopee*. Pemilihan lokasi ini dipilih

secara sengaja dengan berdasarkan pertimbangan sesuai tujuan peneliti. Alasan memilih Kota Banjarmasin sebagai lokasi penelitian karena berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Penelitian Statistika Kalimantan Selatan, Kota Banjarmasin tercatat memiliki peluang pengguna aplikasi *shopee* terbesar dari 13 Kab/Kota di Kalimantan Selatan berdasarkan jumlah dari kriteria kelompok umur pengguna aplikasi *shopee*.

### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

#### **1. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah sesuatu yang diamati dalam penelitian dan akan menjadi sumber utama data yang dibutuhkan oleh peneliti. (Moeliono & Sumiati, 2015). Adapun subjek penelitian dalam skripsi ini adalah pengguna aplikasi *shopee* di Kota Banjarmasin.

#### **2. Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan pokok persoalan yang ditentukan oleh peneliti untuk mendapatkan data secara terarah sehingga dapat dipelajari dan ditarik kesimpulan. (Sugiyono, 2018). Adapun objek penelitian dalam proposal skripsi ini meliputi: (1) Pemasaran afiliasi, (2) Kualitas Produk, (3) Harga, dan (4) Keputusan Pembelian.

#### D. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari jumlah objek yang memiliki karakteristik yang hendak diteliti. Adapun populasi yang menjadi sasaran penelitian ini adalah pengguna aplikasi *shopee* di Banjarmasin.

##### 2. Sampel

Menurut Suharsimi mengenai pengambilan dari sampel, jika subjek dibawah 100 maka diambil semua. Tapi jika jumlah subjek besar maka akan diambil 10-15% atau 20%-25% atau lebih (Arikunto, 2010). Sampel merupakan subjek yang menjadi sumber dari data sehingga dapat mewakili seluruh populasi. Teknik sampel pada penelitian ini ialah teknik *non-probability sampling*, yaitu teknik yang pengambilan dalam sampelnya tidak memberikan peluang yang sama terhadap setiap unsur dari populasi agar menjadi sampel. (Sugiyono, 2017, hlm. 60). Dalam teknik *non-probability sampling* pada penelitian ini ialah *purposive sampling*. Penentuan sampel yang memiliki pertimbangan tertentu atau seleksi khusus dengan menggunakan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti dalam masuk kategori sampel. Kriteria responden pada penelitian ini ialah:

a) Responden adalah pengguna aplikasi *shopee* dan pernah melakukan

pembelian pada aplikasi *shopee*

b) Responden berdomisili di Banjarmasin

Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka penentuan ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *unknown populations*.

Menurut Wibisono (Ruhamak & Syai'dah, 2018) rumus yang digunakan untuk menentukan populasi tidak diketahui adalah Rumus Snedecor dan Cochran (1989):

$$N = \left\{ \left( \frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right) \right\}^2$$

$N$  = Jumlah sampel

$Z_{\alpha}$  = Nilai yang sudah distandarisasi sesuai derajat keyakinan 95%

$2\sigma$  = Standar deviasi sampel 25%

$e$  = Error

$$N = \left( \frac{Z_{\alpha} \cdot 2\sigma}{e} \right)^2$$

$$N = \left( \frac{1,96 \cdot 0,25}{0,05} \right)^2$$

$$N = \left( \frac{0,49}{0,05} \right)^2$$

$$N = (9,8)^2$$

$$N = 96,04$$

$Z_{\alpha}$  pada  $\alpha = 0.05$  uji dua arah  $\rightarrow 1.96$  (maksudnya  $Z_{\alpha} = Z_{0,5} = 1.96$ ). Hal ini sudah ditentukan didalam rumus.

Hasil dari perhitungan diatas menyatakan bahwa penelitian ini

membutuhkan 96,04 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden.

## **E. Data dan Sumber Data**

Sumber data merupakan subjek yang memberikan data yang dibutuhkan penelitian. Data pada penelitian didapatkan dari pengguna aplikasi *shopee* di Banjarmasin, melalui pembagian kuesioner. Pada penelitian ini bersumber dari:

### **1. Data Primer**

Data primer merupakan data yang didapatkan langsung di lokasi atau objek dari penelitian. Data primer pada penelitian ini ialah pengguna aplikasi *shopee* di Banjarmasin.

### **2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang didapatkan secara tidak langsung melalui orang lain ataupun lewat dokumen seperti dari buku, dan laporan pemerintah, artikel, jurnal, dan lain sebagainya. Data sekunder pada penelitian ini yaitu : (1) Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Selatan yaitu jumlah penduduk menurut kelompok umur (jiwa) 2024 ; (2) Kementrian Komunikasi dan Informatika yaitu Penetrasi Pengguna Internet 2019-2020 (Q2) (persen), dan beberapa publikasi penelitian terdahulu.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data adalah langkah strategis dalam penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan data. Dan teknik dalam mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu:

1. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang berbentuk daftar pertanyaan tertulis yang nantinya akan dijawab oleh responden. (Sugiyono, 2017, hlm. 142) Teknik ini memiliki tujuan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan agar penelitian lebih terstruktur.

## **G. Desain Pengukuran**

### **1. Skala**

Skala merupakan acuan yang disepakati peneliti untuk menentukan jumlah interval pada alat ukur, agar alat ukur tersebut dapat menghasilkan data kuantitatif. Variabel yang akan diukur dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian, pemasaran afiliasi, kualitas produk, harga dan diukur dengan instrumen skala pengambilan yang memiliki bobot nilai sebagai alternative jawaban responden agar dapat diolah menjadi data yang bersifat kuantitatif.

Data yang bersangkutan dengan instrumen skala pengguna shopee

didapatkan dari skala *likert*. Skala *Likert* memiliki tujuan untuk mengukur pemasaran afiliasi, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian. Item – item skala menyediakan 4 alternatif jawaban antara lain :

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Tidak Setuju
- d. Sangat Tidak Setuju

Menurut Sugiyono (2016) angket duberikan 4 (empat) alternatif jawaban, yaitu: Sangat Setuju (SS) dengan skor 4, Setuju (S) dengan skor 3, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1. (hlm. 134-135)

Empat skala pilihan pada kuesioner skala *likert* akan memaksa responden untuk memilih kutub karena pilihan ”netral” tidak tersedia. Responden harus memilih untuk masuk ke kutub setuju atau tidak setuju. Hal ini dimaksudkan agar responden berpendapat tidak bersikap netral atau tidak berpendapat.

Menurut Sutrisno Hadi (1991) memodifikasi skala *likert* agar menghilangkan kelemahan yang terdapat skala lima tingkat, Memodifikasi skala *likert* dengan menghilangkan jawaban netral dengan

dua alasan. (hlm. 19-20) :

- a Pertama, karena masuk kedalam kategori *Undeciden* yang artinya tidak memutuskan atau memberi jawaban (menurut konsep aslinya), bisa juga diartikan netral, setuju tidak, tidak setuju pun tidak, atau bahkan ragu-ragu. Kategori jawaban yang ganda arti (*multi interpretable*) tidak diharapkan dalam suatu instrumen.
- b Kedua, menimbulkan kecenderungan jawaban ke tengah (*central tendency effect*), terutama bagi mereka yang ragu-ragu atas arah kecenderungan pendapat responden, ke arah setuju atau ke arah tidak setuju. Jika disediakan kategori jawaban itu akan menghilangkan kepastian data penelitian dan mengurangi banyaknya informasi yang dapat dijangkau para responden.

## 2. Instrumen Penelitian

Instrumen kuesioner merupakan alat untuk mengetahui fenomena dan sosial yang akan diteliti. Fenomena ini biasanya disebut variabel dalam penelitian (Nurdin & Hartati, 2019, hlm. 165) Variabel dalam penelitian yaitu keputusan pembelian, pemasaran afiliasi, kualitas, dan harga. Alat yang membantu penelitian ini ialah angket (kuesioner) Instrumen dari kuesioner ini berdasarkan dari variabel dalam penelitian dan tersaji pada tabel berikut:

**Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Teori Indikator</b>
Keputusan Pembelian (Y) (Menurut Kotler dan Armstrong, 2001)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemantapan pada sebuah produk</li> <li>2. Kebiasaan dalam membeli produk</li> <li>3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain</li> <li>4. Melakukan pembelian ulang</li> </ol>	Menurut Kotler dan Keller (2009)
Pemasaran Afiliasi (X1) (Anshari & Mahani)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Media dan Individu</li> <li>2. Pesan atau seruan</li> <li>3. Lingkungan</li> </ol>	Menurut Purba (2016)
Kualitas Produk (X2) (Tjiptono)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kinerja (<i>performance</i>)</li> <li>2. Keandalan (<i>reliability</i>)</li> <li>3. Fitur (<i>feature</i>)</li> <li>4. Kesesuaian (<i>conformance</i>)</li> <li>5. Daya tahan (<i>durability</i>)</li> </ol>	Menurut Lupiyoadi (2015:177)
Harga (X3) (Kotler dan Armstrong)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Daya saing harga</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan manfaat</li> </ol>	Menurut Kotler dan Keller (2012:406)

Sumber : Data diolah Dewi Utari Yana (2024)

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Kualitas Data

Instrumen yang dibuat pada penelitian ini bertujuan agar peneliti dapat mengumpulkan data dan mengukur pengaruh pemasaran afiliasi, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada pengguna *shopee* di kota Banjarmasin. Kualitas instrumen akan mempengaruhi kualitas penelitian, maka dari itu pada penelitian ini akan berkenaan dengan validasi dan reliabilitas instrumen (Sugiono, 2012).

Penelitian hendaknya memiliki kualitas yang baik, maka instrumennya juga harus memenuhi syarat sebagai alat ukur yang baik. Berikut uji yang digunakan untuk pengukuran instrumen penelitian ini yaitu:

#### a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang memiliki tujuan untuk mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya dan untuk mengetahui instrumen yang disusun dapat mengukur variabel yang ingin diteliti. Pada dasarnya, uji validitas akan mengukur sah atau tidaknya setiap item yang digunakan dalam penelitian. (Budi Darma, 2021, hlm. 7). Hasil dari setiap item pertanyaan akan memiliki nilai prob. yang nantinya akan dibandingkan dengan 0,05. Maka dari itu, kriteria uji validitas yaitu :

- 1) Item pertanyaan dinyatakan valid jika nilai prob.  $< 0,05$
- 2) Item pertanyaan dinyatakan tidak valid jika Nilai Prob.  $> 0,05$

Sebelum peneliti melakukan uji validitas, peneliti telah mengkonsultasikan instrumen penelitian dengan Bapak Dosen pembimbing. Peneliti akan mencobakan instrumen tersebut kepada pengguna aplikasi shopee di Kota Banjarmasin sebanyak 30 responden. Kegiatan ini disebut uji coba instrumen. Jika setelah uji coba diproses dan valid secara analisis statistik, maka instrumenn akan dilanjutkan menguji responden hingga target dari jumlah responden yang telah ditentukan dapat terpenuhi.

b. Uji Reliabilitas

Realibilitas merupakan kestabilan dari skor instrumen penelitian pada individu yang sama dan diberikan pada waktu yang berbeda. (Yusuf, 2014, hlm. 242) Instrumen dinyatakan reliabel jika diuji coba secara berulang kali kepada subjek yang sama dan hasilnya tetap sama atau cenderung sama. Jika instrumen dinyatakan reliabel maka dapat dipercaya. Uji reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan:

- 1) Diartikan reliabel jika Cronbach's Alpha  $< 0,60$ .

- 2) Diartikan tidak reliabel jika Cronbach's Alpha  $> 0,60$  (Hidayat, 2021, hlm. 23)

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan agar dapat mengukur model regresi dari data variabel telah berdistribusi normal atau tidak. (S Santoso, 2009) Uji normalitas menggunakan teknik statistik yang disebut uji Residuals dengan ketentuan berikut :

- 1) Apabila nilai Prob. Jarque-Bera  $> 0,05$  artinya data berdistribusi normal.
- 2) Apabila nilai Prob. Jarque-Bera  $< 0,05$  artinya data tidak berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan agar mengetahui hubungan antar variabel bebas atau tidak dalam model regresi. Model regresi harus memiliki variabel bebas yang tidak berkorelasi tinggi agar dapat dikatakan sebagai model regresi yang baik. Uji multikolinearitas menggunakan nilai *Tolerance* (TOL) *Variance Inflation Factor* (VIF) sebagai alat ukurnya yaitu :

- 1) Data dinyatakan bebas dari multikolinearitas jika nilai VIF < 10 serta TOL > 0,1
- 2) Data dinyatakan terjadi multikolinearitas jika nilai VIF > 10 serta TOL < 0,1 (Agustina dkk., 2018, hlm. 8).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas memiliki tujuan agar mengetahui jika adanya terjadi perbedaan varians dari residual satu periode dibandingkan periode lainnya. Model regresi harus bebas heteroskedastisitas agar dapat dikatakan model regresi yang baik. (Albert Kurniawan, 2014, hlm. 158). Uji heteroskedastisitas menggunakan Heteroskedasticity Test Breusch-Pagan :

- 1) Jika nilai Prob. Chi-Square (2) pada Obs\* R-Squared atau nilai signifikannya > 0,05 artinya data tidak mengandung gejala heterokedastisitas.
- 2) Jika nilai Prob. Chi-Square (2) pada Obs\* R-Squared nilai sig. < 0,05 artinya data mengandung gejala heterokedastisitas

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dipergunakan agar peneliti dapat mengukur besaran dari pengaruh antara variabel independen yaitu

Pemasaran Afiliasi, Kualitas Produk, dan Harga terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) . Rumus model persamaan regresi linear berganda tersebut yaitu :

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_i$$

Keterangan :

$Y_i$	= Keputusan Pembelian
$X_1$	= Pemasaran Afiliasi
$X_2$	= Kualitas Produk
$X_3$	= Harga
$\beta_0$	= Konstanta
$\beta_1 \beta_2 \beta_3$	= Koefisien regresi masing-masing variabel bebas
$e_i$	= <i>error term</i>

#### 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dipergunakan agar dapat mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) yang terdapat didalam penelitian ini. (Jannah & Ariyanto, 2021, hlm. 66) Agar tidak terjadi bias pada pengujian ini maka nilai yang digunakan adalah  $R^2$ . Jika nilai koefisien determinasi bertambah besar atau mendekati 1 maka variabel bebas berpengaruh besar terhadap variabel terikat. Maka dari itu disajikan dalam bentuk persentase. Bila dirumuskan koefisien determinasi dapat diinterpretasikan sebagai :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

$r^2$  = Koefisien Kolerasi

## 5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel-variabel bebas dengan variabel terikat yang meliputi uji F dan uji t.

### a. Uji F

Uji F dilakukan agar dapat mengetahui pengaruh dari variabel bebas (independen) secara simultan terhadap variabel terikat (dependen).

(Kuncoro, 2013, hlm. 245). Menurut Sugiyono (2014:257), Rumus

mencari  $F_{\text{tabel}}$  adalah:

$$\begin{aligned} F_{\text{tabel}} &= k; n-k \\ &= 3; 100 - 3 \\ &= 3; 97 \\ &= 2,698 \end{aligned}$$

Nilai sig. ialah 0.05 ( $\alpha = 5\%$ ). Ketentuan uji F dari nilai sig. yaitu:

- 1) Hipotesis diterima artinya variabel bebas dinyatakan berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat jika nilai sig.  $\leq 0,05$ .
- 2) Hipotesis ditolak jika nilai sig.  $\geq 0,05$

Berdasarkan nilai  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  yaitu:

- 1) Hipotesis diterima artinya variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$
- 2) Hipotesis ditolak jika dinyatakan nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$

b. Uji t

Uji T bertujuan agar dapat mengukur pengaruh dari satu persatu variabel bebas (independen) secara parsial terhadap variabel terikat (dependen). (Kuncoro, 2013, hlm. 244). Rumus  $T_{tabel}$  sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 T_{tabel} &= \frac{\alpha}{2}; n - k - 1 \\
 &= \frac{0,05}{2}; 100 - 3 - 1 \\
 &= 0,025; 96 \\
 &= 1,985
 \end{aligned}$$

Keterangan :

- k = Jumlah variabel independen  
n = Jumlah anggota data atau kasus  
 $\alpha$  = 0,05 (tingkat kepercayaan 95%)

Penentuan hasil uji t berdasarkan nilai sig. :

- 1) Hipotesis diterima jika nilai sig.  $\leq 0,05$ .
- 2) Hipotesis ditolak jika nilai sig.  $\geq 0,05$

Penentuan hasil uji t berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  adalah:

- 1) Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  artinya Variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.