

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan data numerik yang dapat dihitung dan dianalisis secara statistik untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan cara pengumpulan data melalui kuesioner, dan analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik statistik. Penelitian kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *rating* dan promosi terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi Shopeefood. Data yang diperoleh secara statistik bertujuan untuk mendapatkan informasi yang objektif dan dapat diukur secara kuantitatif.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilakukan di Wilayah Rajabasa, waktu penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Maret 2023 hingga Juni 2023, dengan responden yang termasuk dalam Generasi Z dan pernah menggunakan layanan pesan antar aplikasi Shopeefood.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan

kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini populasi yang akan diteliti adalah Generasi Z yang berumur dari 11 tahun hingga 28 tahun dan pernah melakukan pembelian dengan layanan pesan antar aplikasi Shopeefood di Wilayah Rajabasa.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2018) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini teknik sampel yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti untuk memilih sampel sebagai berikut:

1. Responden yang termasuk dalam Generasi Z (usia 11 tahun- 28 tahun).
2. Responden yang tinggal atau pernah order menggunakan layanan pesan antar aplikasi Shopeefood di Wilayah Rajabasa.

Dalam penentuan sampel yang sudah digunakan dalam penelitian ini maka digunakan rumus *Lemeshow*, karena jumlah populasi penelitian tidak diketahui secara pasti dan perhitungan dengan rumus *Lemeshow* memiliki *sampling error* 10% (persen) sebagai berikut:

Rumus:

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai standar

$$p = \text{Maksimal estimasi} = 50\% = 0.5$$

$$d = \text{Alpha (0,10) atau sampling error} = 10\%$$

Perhitungan:

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

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Maka diperoleh jumlah sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu 96,04 responden. Sehingga supaya penelitian ini menjadi mudah, maka sampel dibulatkan menjadi 100 responden. Oleh karena itu, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berjumlah 100 responden.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Wiratna Sujarweni, (2015) data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau dalam bentuk file-file. Data primer yaitu data yang diperoleh responden melalui kuesioner peneliti dengan responden. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang disebarkan pada responden yaitu Generasi Z yang berusia 11 tahun hingga 28 tahun dan responden yang menggunakan aplikasi Shopeefood di Wilayah Rajabasa.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa jurnal, buku, skripsi, dan dokumen lain yang ada hubungan dengan materi penelitian.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3. 1

Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Rating</i> (X1)	<i>Rating</i> merupakan pendapat pelanggan dalam skala tertentu yang biasanya dengan memberikan bintang dalam menunjukkan peringkat yang populer di toko <i>online</i> . Semakin banyak pelanggan memberikan bintang, semakin baik peringkat bintang yang penjual dapat membuat toko mereka menjadi toko yang populer.	1. Jumlah <i>rating</i> 2. Penilaian Kualitas Produk dan layanan Auliya, dalam Muluk Rahman, (2022)	Likert
Promosi (X2)	Promosi merupakan taktik yang diterapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan suatu perusahaan. Jadi, promosi merupakan komunikasi informasi produk kepada masyarakat dengan mengiklannya secara menarik.	1. Frekuensi promosi 2. Kualitas promosi 3. Kuantitas promosi 4. Waktu promosi 5. Ketepatan atau kesesuaian	Likert

		sasaran promosi Yamin (2020)	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu. Semakin majunya perekonomian dan teknologi, berkembang pula strategi yang harus dijalankan perusahaan, khususnya di bidang pemasaran. Untuk itu perusahaan perlu memahami atau mempelajari perilaku konsumen dalam hubungannya dengan keputusan pembelian oleh konsumen.	1. Sesuai Kebutuhan 2. Mempunyai Manfaat 3. Ketepatan dalam membeli produk 4. Pembelian Berulang Thompson dalam Gunawan, (2022)	Likert

Sumber data : data diolah tahun 2023

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

Dalam dokumentasi yaitu dengan mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, dan sebagainya, sehingga dalam penelitian ini dokumentasi di dapat dari data primer dan sekunder.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang tepat apabila peneliti ingin memperoleh informasi secara pasti pada variabel yang akan diukur dan apa yang ingin digali dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan apabila jumlah responden cukup besar. Kuesioner ini ditujukan kepada responden yang menggunakan aplikasi Shopeefood untuk mengetahui persepsi responden tentang adanya pengaruh *rating* dan promosi pengguna aplikasi Shopeefood. Skala yang digunakan dalam pengumpulan data ini adalah Skala Likert, yakni untuk mengukur sikap, pendapatan dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial.

Pengumpulan data responden diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara *online* dengan menggunakan media *Google Forms*. Pilihan jawaban responden disajikan pertanyaan dan akan diminta untuk memberikan jawaban-jawaban persetujuan dari responden dan diberi skor sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Skala Likert

Jawaban Pertanyaan	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: data diolah tahun 2023

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data mengukur itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS (*Statistical Program For Social Science Seri 25*) dan uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dengan taraf signifikansi 5% atau α 0,05 dan dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Uji validitas dapat dinyatakan valid apabila:

- 1) Apabila r hitung $>$ r tabel maka kuesioner tersebut valid.
- 2) Apabila r hitung $<$ r tabel maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kesetabilan suatu alat ukur. Konsep reliabilitas dalam arti reliabilitas alat ukur berkaitan erat dengan masalah kekeliruan pengukuran. Kekeliruan pengukuran sendiri menunjukkan sejauh mana inkonsistensi hasil pengukuran terjadi apabila dilakukan pengukuran ulang terhadap kelompok subyek yang sama. Uji

reliabilitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Pengujian reliabilitas instrument dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Program For Social Science Seri 25*) dengan membandingkan antara koefisien r dengan koefisien *Alpha Cronbach*, maka kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, maka item pernyataan dalam kuesioner dapat diandalkan (reliabel).
- 2) Nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$, maka item pernyataan dalam kuesioner tidak dapat diandalkan (tidak reliabel).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu (residual) memiliki distribusi normalitas menurut Ghozali (2016). Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan alat uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikan 0,05 dengan dasar pengambilan keputusan. Kriteria pengujian dapat dilakukan dengan cara:

- 1) Angka signifikan Uji *Kolmogorov-Smirnov Sign* $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- 2) Angka signifikan Uji *Kolmogorov-Smirnov Sign* $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut Ghazali (2016) bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Untuk menemukan ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat diketahui dari nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Kriteria pengujian dapat dilakukan dengan cara:

- 1) Kriteria pengambilan sebuah keputusan berdasarkan nilai *tolerance* yaitu: Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ artinya tidak terjadi multikolinieritas, sebaliknya jika nilai *tolerance* $< 0,10$ artinya terjadi multikolinieritas.
- 2) Kriteria pengambilan keputusan berdasarkan nilai VIF (*Variabel Inflation Factor*) yaitu: jika nilai VIF $> 10,00$ artinya terjadi multikolinieritas, sebaliknya jika nilai VIF $< 10,00$ artinya tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut Ghazali (2016) bertujuan untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas. Sebaliknya apabila membentuk sebuah pola yang teratur, maka dapat disimpulkan telah

terjadinya heterokedastisitas. Kriteria pengujian dapat dilakukan dengan cara:

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

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2016) analisis regresi linier berganda adalah analisis yang dipakai untuk mnguji suatu kebenaran hipotesis yang diajukan dalam sebuah penelitian.

Tujuan analisis regrensi ganda yaitu untuk menggunakan variabel-variabel independen yang nilainya diketahui untuk memprediksi nilai dependen tunggal yang dipilih oleh peneliti. Persamaan regresi ganda yaitu, sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

A = Konstanta

X₁ = Rating

X₂ = Promosi

b_1, b_2 = koefisien regresi dari variabel bebas

e = *error*

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji statistik t dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas secara individu mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Untuk menguji signifikan hubungan, digunakan rumus uji statistik t. Menurut Sugiyono (2012) rumus uji statistik t sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = t hitung

r = koefisien korelasi

n = jumlah sampel

Dalam uji parsial dilakukan dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan nilai t tabel sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig < 0,05 dan t hitung > t tabel maka hipotesis diterima, berarti secara individu variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai sig > 0,05 dan t hitung < t tabel maka hipotesis ditolak, berarti secara individu variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menguji *goodness of fit* atau kelayakan dari model regresi, yaitu apakah model yang digunakan dalam penelitian layak (Fit) atau tidak. Model dikatakan fit jika nilai signifikansi kurang dari 0,5 Ghozali, (2016). Pengujian hipotesis dengan uji simultan dilakukan dengan membandingkan antara nilai f_{hitung} dengan nilai f_{tabel} sebagai berikut:

- 1) Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis ditolak, artinya variabel bebas (independent) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel tidak bebas (dependen).
- 2) Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka hipotesis diterima, artinya variabel bebas (independent) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel tidak bebas (dependen).

c. Uji Koefisien Determinan R²

Menurut Ghozali (2016) koefisien determinan (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independent (X). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika R^2 semakin besar, maka kemampuan variabel-variabel independent (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y) semakin tinggi. Jika R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y) amat terbatas atau rendah. Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *rating* dan promosi Shopeefood terhadap keputusan

pembelian pengguna aplikasi Shopee. Guna mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent) secara parsial maupun berganda akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus:

$$KD = r^2 \times 100$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi