

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang perlu diperhatikan dalam penelitian. Objek penelitian menjadi sasaran untuk mendapatkan jawaban atau solusi dari permasalahan yang terjadi. Objek penelitian merupakan objek yang akan diteliti, dianalisis, dan dikaji. Menurut Sugiyono (2017: 41) pengertian objek penelitian adalah : “Suatu sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal *subjektif, valid, dan reliable* tentang suatu hal (variabel tertentu).”

Penelitian ini bertujuan yang dimana shopee merupakan salah satu e-commerce termuda yang berkembang dengan pesat dalam pasar jual beli online. Marketplace berbasis mobile ini secara resmi masuk ke Indonesia pada tahun 2015 dan pada 2018 telah meraih 1,5 juta transaksi dalam waktu 24 jam hal ini merupakan rekor baru bagi marketplace e-commerce di Indonesia. Namun dengan strategi marketing yakni Strategi Garansi, Gratis Biaya Pengiriman dan Garansi Harga Termurah, masih banyak ulasan dari pengguna Shopee bahwa aplikasi ini masih kurang memuaskan seperti keluhan aplikasi error, pelacakan pesanan yang tidak akurat, fitur pembayaran, dompet Shopeepay dan gambar produk yang sering tidak muncul. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk melihat pengaruh Brand Loyalty yang telah diberikan oleh Shopee dalam memengaruhi kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan dalam memilih shopee sebagai Marketplace terbaik.

Responden dalam penelitian ini ialah para konsumen yang pernah melakukan

pembelian produk pada Shopee. Kuesioner diperoleh dengan cara peneliti menemui langsung responden dan memberikan kuesioner untuk diisi oleh para responden yang merupakan pengguna Smartphon yang menggunakan shopee sebagai Marketplace pilihan mereka atau ada Marketplace lainnya. Pengumpulan data secara langsung dengan menyebarkan koesoner memakai google form ke sosial media, whatsapp dan aplikasi lainnya.

3.2. Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi. Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakan variabel. Dimana pendekatan kuantitatif hubungan di antara variabel-variabel di analisis dengan menggunakan teori yang objektif.

3.3. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:80) Populasi adalah wilayah generalisasi, obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Marketplace khususnya shopee yang ada di indonesia secara random.

3.4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.4.1. Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari variabel, variabel dependen (Y) adalah Purchase Intention Sedangkan variabel independen (X) yaitu Brand Loyalty dengan brand image sebagai variable interfering (z)

3.4.2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah terdiri dari upaya mereduksi konsep dari tingkat abstrak menuju ke tingkat yang lebih konkret, dengan jalan merinci atau memecah menjadi dimensi kemudian elemen, diikuti dengan upaya menjawab pertanyaan-pertanyaan apa yang terkait dengan elemen-elemen dan dimensi dari suatu konsep

3.5 Metode dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam Penelitian ini jenis data yang diperlukan adalah:

1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung tanpa perantara orang atau lembaga lain sebagai pihak ketiga, data primer ini diperoleh dengan memberikan kuesioner kepada responden.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh melalui orang lain yang berhubungan dengan permasalahan yang dipecahkan. Data sekunder ini diperoleh melalui cara studi dokumenter yaitu mengumpulkan dan mempelajari brosur brosur serta dokumen kantor.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan dan mengumpulkan data yang sesuai dengan Kebutuhan dalam penelitian ini maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Yaitu melakukan penelitian dengan pengamatan langsung dengan cara mendekati objek yang akan diteliti.

b. Kuesioner

Yaitu pernyataan-pernyataan yang diberikan kepada responden secara langsung oleh peneliti. Berdasarkan indikator pengukuran yang akan digunakan pada penelitian ini (Tabel 2.1), maka penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala likert 5 (lima) alternatif jawaban dengan pengukuran variabel sebagai berikut :

~ Jawaban Sangat Setuju (SS)	diberi skor	5
~ Jawaban Setuju (S)	diberi skor	4
~ Jawaban Ragu – ragu (R)	diberi skor	3
~ Jawaban Tidak Setuju (TS)	diberi skor	2
~ Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)	diberi skor	1

c. Telaah dokumentasi dan kepustakaan

Yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan cara mengkaji buku buku bacaan, dokumen dokumen, peraturan peraturan dan ketentuan undang undang serta kebijaksanaan kebijaksanaan yang berkaitan dengan pokok permasalahan.

3.6. Metode Analisis

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni kuantitatif yang dilakukan melalui pengukuran berupa angka-angka dengan metode statistik. Data yang telah dikumpulkan dianalisa untuk mengetahui “Pengaruh Brand Loyalty Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variable Interfening.” Analisis data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 20. melalui beberapa tahap, yaitu :

a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Uji validitas adalah alat ukur yang tepat guna untuk menunjukkan tingkat kevalidan dan kebenaran untuk mengukur sesuatu yang ingin diukur. Tujuan dari uji validitas dilakukan adalah untuk mengetahui pernyataan dan pertanyaan yang diberikan sudah valid atau tidak untuk penelitian yang sesungguhnya. Menurut Sugiyono (2016:177) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan rumus pearson

product moment sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\sum X_1 X_1) - (\sum X_1)^2}{\sqrt{((N \sum x_i^2 - (\sum x_1)^2) (N \sum x_1^2) - (\sum x_1)^2))}}$$

Keterangan :

r = Korelasi *product moment*

N =Jumlah Responden

$\sum X_i$ = Jumlah skor suatu item

$\sum X_{tot}$ = Jumlah total skor jawaban

$\sum x_i^2$ = Jumlah kuadrat skor jawaban suatu item

$\sum x_{tot}^2$ = Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum X_i X_{tot}$ = Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor Syarat

minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah nilai indeks valid

adalah nilai indeks validitasnya $\geq 0,3$ (Sugiyono, 2016 : 179). Oleh karena itu,

semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah

0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang mempunyai indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 20.0, yang akan memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Untuk dapat menilai tingkat reabilitas suatu instrument dapat dilakukan dengan menggunakan r hitung dan r tabel. Apabila r hitung $>$ r tabel maka instrument tersebut dinyatakan

reliable. Menurut Sugiyono, 2012 : 177). Uji realianilitas kuesioner dalam penelitian digunakan metode split half item tersebut dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok item ganjil dan kelompok item genap. Kemudian masing-masing kelompok skor tiap itemnya dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total. Apabila korelasi 0,6 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,6 maka dikatakan item tersebut kurang reliabel.

Adapun rumus untuk mencari reliabelitas adalah sebagai berikut.

$$r = \frac{N(\sum A) - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{((N \sum A^2) - (\sum A)^2)(N \sum B^2) - (\sum B)^2}}$$

Dimana :

r = koefisien korelasi

N = banyaknya responden

A = skor item pertanyaan ganjil

B = skor pertanyaan genap

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel residual dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji F dan uji t mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Terdapat dua cara untuk mendeteksi residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Dalam penelitian ini uji normalitas dengan menggunakan uji statistik, yaitu dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Uji ini dikatakan data berdistribusi normal apabila, nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

Untuk mengetahui normalitas data, kita dapat melakukan uji normalitas

data yang dapat dilakukan dengan menggunakan histogram, normal p plot, skewness dan kurtosis atau dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov yang akan dibahas secara mendalam dibagian berikutnya. Cara menafsir normalitas data pertama-tama kita membuat hipotesis seperti dibawah ini:

H_0 : Data distribusi normal

H_1 : Data tidak berdistribusi normal.

Langkah kedua menentukan kriteria uji hipotesis seperti dibawah ini: Jika $\text{sig} < 0,05$ H_0 ditolak, H_1 diterima.

Jika $\text{sig} > 0,05$ H_0 diterima, H_1 ditolak.

Atau dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut :

Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka data yang tidak berdistribusi normal

Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka data distribusi normal.

3.7. Uji Hipotesis

3.7.1. Uji Statistik t (uji parsial)

Hipotesis merupakan jawaban sementara untuk sebuah penelitian, menurut Sugiyono (2012:93) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan penelitian, belum jawaban empirik. Maka dalam penelitian ini jawaban sementara dari rumusan masalah atau hipotesis adalah “ Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu”.

Menurut Sugiyono (2012:225) dalam pengujian hipotesis kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesis adalah seperti berikut:

Hipotesis Nol (H0) : tidak terdapat pengaruh antara X dengan Y

Hipotesis Alternatif (Ha) : Terdapat pengaruh antara X dengan Y

H0 : $\beta = 0$ (berarti tidak ada pengaruh) Ha : $\beta \neq 0$ (berarti ada pengaruh)

Untuk pengujian hipotesis ini akan diuji dengan uji t atau uji t parsial. Uji ini bertujuan untuk mengetahui keterkaitan variabel bebas dengan variabel dependen (Y). Berikut adalah rumus perhitungan uji t :

$$= r \sqrt{\frac{-(n-1) + 1}{1 - r^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien regresi

= Distribusi student dengan derajat kebebasan $df = n - 2$

= Banyaknya sampel

3.7.2. Uji Statistik F (uji simultan)

Menurut Ghozali (2011) uji statistik f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5% dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df_1 = (\text{jumlah variabel} - 1)$ dan $df_2 = (n - k - 1)$. Dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen dari tabel tersebut diatas berdasarkan pengujian sebagai berikut:

1. Sig F < α (0,05) maka H₀ ditolak dan Ha diterima (berpengaruh).
2. Sig F > α (0,05) maka H₀ diterima dan Ha ditolak (tidak berpengaruh).

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan F-test ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1\beta_2 = 0$: tidak terdapat pengaruh antara lingkungan kerja (X_1) dan disiplin kerja (X_2), terhadap kinerja pegawai (Y). $H_a : \beta_1\beta_2 \neq 0$: terdapat pengaruh antara lingkungan kerja (X_1) dan disiplin kerja (X_2), terhadap kinerja pegawai (Y).

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Untuk melakukan uji signifikan koefisien berganda, tariff signifikan 5% dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F table ($n-K-1$) = derajat kebebasan.

R^2 = koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan.

K = banyaknya variabel bebas

n = ukuran sampel

perhitungan tersebut akan memperoleh distribusi F dengan pembilang K dan penyebut ($n-K-1$) dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Tolak H_0 jika $F_{hi} > F_{e-H}$ diterima (signifikan)
- b. Terima H_0 jika $F_{hi} < F_{e-H}$ ditolak (tidak signifikan)

3.7.3. Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linear sederhana dan berganda yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel (X) *Brand Loyalty* terhadap *Purchase Intention* (Y) dengan Brand Image sebagai variabel Interfering, maka

digunakan Model Analisis Regresi Linear Berganda.

$$\alpha + \beta_1 X_1 + e$$

Dimana : Keterangan:

Y = *Purchase Intention*

α = Nilai Konstanta

β_1 - β_2 = Arah Koefisien Regresi

X = *Brand Loyalty*

e = Error (Tingkat Kesalahan)

3.7.4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

t

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, nilai koefisien determinasi antara nol dan satu, nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan varia independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas