

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang di gunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam rangka dan dianalisis dengan teknik statistik. Metode kuantitatif menurut (Sugiyono, 2016) adalah suatu analisis data yang dilandaskan pada filsafat positifisme yang bersifat *statistics* dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.

Metode penelitian menurut (Sugiyono, 2016) adalah ilmu yang mempelajari cara atau teknik yang mengarahkan penelitian secara ilmiah mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam hal ini penelitian menggunakan metode asosiatif yaitu bentuk penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atau menganalisis pengaruh Persepsi Kenyamanan (X_1) dan Harga (X_2) dengan variabel dependent Minat Pembelian Ulang pada *Marketplace* Shopee (Y) di Bandar Lampung.

3.2 Sumber Data

Data penelitian merupakan faktor penting yang akan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Data merupakan sumber atau bahan yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Sumber data terdiri dari data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari responden secara langsung di lokasi penelitian dengan memberikan kuesioner yang di berikan kepada konsumen minat Pembelian ulang pada *Marketplace* Shopee di Bandar Lampung .

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2016) metode pengumpulan data adalah pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah Penelitian Lapangan (*Field Research*). Teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data – data berkaitan dengan kebutuhan penelitian, data tersebut diperoleh dengan cara Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab. Peneliti membuat beberapa kuesioner yang akan dibagikan konsumen minat Pembelian ulang pada *Marketplace* Shopee di Bandar Lampung.

Tabel 3.1

Interpretasi Skala Likert

Skala	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2016)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2016) mendefinisikan populasi sebagai berikut populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu yang di terapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan Pembelian di *Marketplace* Shopee di Bandar Lampung yang tidak dapat diketahui secara pasti.

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2016), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut karena banyaknya jumlah populasi maka penentuan sampel dilakukan dengan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu sampel yang teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Jumlah sampel dapat ditentukan dengan rumus estimasi proporsi. Ada beberapa kriteria sampel yang saya gunakan yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.1
Data Kriteria Sampel

No.	Kriteria Sampel
1	Konsumen Shopee berasal dari Bandar Lampung
2	Pernah melakukan Pembelian pada <i>Marketplace</i> Shopee minimal 10 kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir

Sumber : Data diolah, 2023

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus menurut Hair dalam Ridwan (2019) merekomendasikan jumlah sampel minimal adalah 5 kali dari jumlah item pertanyaan yang terdapat di kuesioner. Dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel bebas, 1 variabel terikat. Total pertanyaan dalam penelitian ini adalah 22 pertanyaan sehingga minimal ukuran sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah Pernyataan} \times 5 \\ &= 22 \times 5 \\ &= 110 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas didapatkan 110 sampel responden yang dapat mewakili konsumen Minat Pembelian Ulang *Marketplace* Shopee di Bandar Lampung.

3.5 Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2016), menyatakan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau nilai dari orang atau objek kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel merupakan gejala yang menjadi fokus untuk diamati. Pada penelitian ini ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

- a. Variabel bebas (independent) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadikan sebab timbulnya suatu berubahnya variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah Persepsi Kenyamanan (X1) atau Harga (X2).
- b. Variabel terikat (dependent) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Minat Pembelian Ulang (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Definision Operasional	Indikator	Skala Ukur
Persepsi Kenyamanan (X1)	Persepsi kenyamanan menurut Astria (2021) Kenyamanan yang dirasakan saat berbelanja secara daring akan membantu konsumen dalam mendapatkan pengalaman berbelanja yang menyenangkan.	Persepsi kenyamanan dapat dikatakan sebagai suatu kondisi dimana kegiatan untuk menggunakan sistem tertentu, dianggap menyenangkan dalam dirinya sendiri, selain dari setiap konsekuensi kinerja yang dihasilkan dari penggunaan system.	1. Kenyamanan bertransaksi 2. Desain menarik 3. Kesenangan (Astria, 2021)	Interval
Harga (X2)	Harga menurut Tjiptono (2016) merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.	Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang dimana harga merupakan satu-satunya elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, dan sehingga konsumen dapat merasakan manfaat yang diberikan saat menggunakan produk tersebut.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat (Tjiptono, 2016)	Interval
Minat Pembelian Ulang (Y)	Pengertian minat Pembelian ulang menurut Hasan (2018)	Minat Pembelian ulang konsumen adalah	1. Minat transaksional 2. Minat	Interval

	yaitu merupakan minat Pembelian yang didasarkan atas pengalaman Pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Minat Pembelian ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen.	kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan Pembelian suatu barang.	preferensial 3. Minat referensial 4. Minat eksploratif (Hasan, 2018)	
--	--	---	---	--

3.7 Uji Persyaratan Instrument

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas angket digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu saat alat pengukur itu mampu mengukur apa yang diinginkan, sehingga penulis menguji validitas angket dengan kuesioner yang langsung diberikan kepada konsumen yang pernah melakukan Pembelian ulang Pada *Marketplace* Shopee di Bandar Lampung.

Prosedur pengujian:

1. H_0 : instrumen valid
 H_a : instrumen tidak valid
2. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid
 Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid
3. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20*)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengatur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur keandalannya. Suatu ukuran atau alat ukur yang dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi, Jika

alat ukur tersebut stabil maka dapat di andalkan, walaupun alat ukur tersebut digunakan berkali – kali dan hasilnya juga akan serupa. Uji reliabilitas pada penelitian in, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statiscal Program and Service Solution seri 20*).

Tabel 3.3
Interprestasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reabilitas
0,8000 – 1,000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0, 7999	Tinggi
0, 4000 – 0, 5999	Sedang
0, 2000 – 0, 3999	Rendah
0, 000 – 0, 1999	Sangat Rendah

Sumber : (Sugiyono 2016)

1. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statiscal Program and service Solution seri 20*).
2. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, maka penghitung maka perhitungan instrumen tersebut mempunyai reliabilitas dari sangat tinggi sampai sangat rendah.

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Sebelum melakukan uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji normalitas. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau sebaliknya. Alat uji yang digunakan adalah model Kolmogorov-Smirnov hasil ini bertujuan untuk memperkecil tingkat kesalahan dan mengetahui apakah data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak.

1. H_0 : distribusi normal
 H_0 : distribusi tidak normal

2. Apabila (Sig) > 0,05 maka Ho diterima (Normal)
Apabila (Sig) < 0,05 maka Ho ditolak (Tidak Normal)
3. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20*).

3.8.2 Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistik parametrik khususnya dalam analisis korelasi atau regresi linear yang termasuk dalam hipotesis asosiatif. Jadi bagi peneliti yang mengerjakan penelitian yang berjudul "Korelasi antara", "Hubungan antara", atau "Pengaruh antara", uji linieritas ini harus kita lalui terlebih dahulu sebagai prasyarat uji hipotesis yang kita munculkan. Pengujian dapat dilakukan pada program SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Deviation from Linearity*) lebih dari 0,05.

Prosedur pengujian:

1. Ho: model regresi berbentuk linier
Ha: model regresi tidak berbentuk linier
2. Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka Ho ditolak
Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka Ho diterima
3. Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel X linier atau tidak linier.

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Uji ini tidak boleh terdapat multikolinieritas diantara variabel penjelas pada model tersebut yang di indikasikan oleh hubungan sempurna atau hubungan yang tinggi diantara beberapa atau keseluruhan variabel

penjelas. Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat juga diketahui dengan menggunakan nilai VIF (*variance inflation factor*). Jika nilai VIF lebih dari 10 maka ada gejala multikolinieritas, sedangkan unsur $(1 - R^2)$ disebut *collinierty tolerance*, artinya jika nilai *collinierty tolerance* dibawah 0,1 maka ada gejala multikolinieritas.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai $VIF \geq 10$ maka ada gejala multikolinieritas
Jika nilai $VIF \leq 10$ maka tidak ada gejala multikolinieritas
2. Jika nilai tolerance $< 0,1$ maka ada gejala multikolinieritas
Jika nilai tolerance $> 0,1$ maka tidak ada gejala multikolinieritas
3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Product and and Service Solution seri 20.0*).
4. Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) $> 0,1$ maka variable X multikolinieritas atau tidak multikolinieritas.

3.9 Metode Analisis Data

Sugiyono (2016) menyatakan bahwa: Metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan respon, mentabulasi data berdasarkan variable dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu Persepsi Kenyamanan (X_1) dan Harga (X_2) serta Minat Pembelian Ulang (Y) yang mempengaruhi variabel lainnya maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 20.0. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat yaitu Minat Pembelian Ulang

α = Konstanta

b_1-b_2 = Koefisien regresi variabel bebas

X_1 = Persepsi Kenyamanan

X_2 = Harga

et = *Standar error*

3.10 Pengujian Hipotesis

4.10.1 Uji t :

1. Pengaruh Persepsi Kenyamanan (X_1) Terhadap Minat Pembelian Ulang (Y)

H_0 = Persepsi Kenyamanan (X_1) tidak berpengaruh Terhadap Minat Pembelian Ulang (Y) pada *Marketplace* Shopee di Bandar Lampung.

H_a = Persepsi Kenyamanan (X_1) berpengaruh Terhadap Minat Pembelian Ulang (Y) pada *Marketplace* Shopee di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

2. Pengaruh Harga (X_2) Terhadap Minat Pembelian Ulang (Y)

H_0 = Harga (X_2) tidak berpengaruh terhadap terhadap Minat Pembelian Ulang (Y) pada *Marketplace* Shopee di Bandar Lampung

H_a = Harga (X_2) berpengaruh terhadap terhadap Minat Pembelian Ulang (Y) pada *Marketplace* Shopee di Bandar Lampung

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

3.10.2 Uji F

Uji F: Pengaruh Persepsi Kenyamanan (X_1) dan Harga (X_2) Terhadap Minat Pembelian Ulang (Y)

H_0 = Persepsi Kenyamanan (X_1) dan Harga (X_2) tidak berpengaruh Terhadap Minat Pembelian Ulang (Y) *Marketplace* Shopee di Bandar Lampung.

H_a = Persepsi Kenyamanan (X_1) dan Harga (X_2) berpengaruh Terhadap Minat Pembelian Ulang (Y) *Marketplace* Shopee di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
 - b. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
2. Menentukan nilai titik kritis untuk F_{Tabel} pada $db_1=k$ dan $db_2=n-k-1$
Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis
Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis.