

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Jenis penelitian yang digunakan pada skripsi ini adalah penelitian kuantitatif, sebagaimana yang dikemukakan oleh Sujarweni (2018, p.15), adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi suatu gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis yang membuat kesimpulan yang berlaku umum Sugiyono (2017), penelitian ini ingin mengetahui adakah pengaruh dari kepercayaan, promosi dan *service quality* terhadap keputusan pembelian *brand fashion* erigo pada pada Shopee.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer merupakan data yang di kumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber peneliti atau tempat objek penelitian, Menurut Sujarweni (2018, p.114) data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus dan sampel atau juga data hasil wawancara penelitian dengan narasumber, dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer dengan melakukan penyebaran melalui *google form*

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam teknik atau metode pengumpulan data, untuk mengumpulkan data primer menggunakan survey atau kuesioner. Kuesioner yang di berikan kepada responden untuk diisi dan dijawab, kuesioner akan berisi sebuah pertanyaan- pertanyaan seputar objek peneliti, pada penelitian ini kuesioner akan disebar kepada responden melalui sosial media. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert (1,2,3,4,5). Dalam skala likert kuesioner yang digunakan adalah kuesioner pilihan dikarenakan pada setiap item pernyataan disediakan 5 jawaban. Dalam penentuan skor nilai, penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2018, p.107), Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari segi sangat positif sampai negatif yang berupa kata-kata antara lain:

Tabel 3. 1 Skala Pengukuran

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

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas suatu objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan keumudian ditarik kesimpulan Sugiono (2017). Populasi dalam penelitian ini adalah *followers erigo pada shopee*.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari elemen-elemen yang terpilih dengan cara menseleksi agar dapat merefleksikan seluruh karakteristik yang ada. dan elemen yang di maksud adalah subjek pengukuran itu dilakukan. Sanusi (2017). Pegambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dan teknik yang digunakan adalah *purposeve sampling*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan

n :jumlah sampel

N :jumlah populasi

A :tingkat signifikansi (0,1)

Dalam rumus slovin ada ketentuan sebagai berikut:

- a. Nilai $e=0,1$ (10%) untuk populasi dalam jumlah besar
- b. Nilai $e=0,2$ (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Karena populasi dalam penelitian ini cukup besar, maka penul memutuskan untuk mengadopsi *error tolerance* sebesar 0,1 (10%),. Sehingga besarnya sampel dalam penelitian ini dapat dihitung yaitu:

$$n = \frac{7.500.000}{1 + 7.500.000(0,1)^2}$$

n:99,999914529987 dibulatkan menjadi 100 responden

Jadi, berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin tersebut diperoleh sampel yang diperlukan sebanyak 100 sampel, dengan kriteria

yang telah ditentukan, karakteristik responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Berdomisili di Bandar Lampung
- b. Merupakan pengguna *shopee*
- c. Pernah melakukan transaksi pada toko erigo di *shopee*

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Suliyanto(2018,p.125) Variabel Penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari sehingga di peroleh informasi tentang hal tersebut,kemudian di tarik kesimpulannya.

3.5.1 Variabel Independen

Variabel (x) atau Independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah kepercayaan (X1), promosi (X2) dan *service quality* (X3)

3.5.2 Variabel Dependen

Variabel (Y) atau dependen (terikat) adalah variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat di karenakan adanya variabel bebas dalam penelitian ini keputusan pembelian(Y)

3.6 Definisi Variabel

Tabel 3. 2 Definisi Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Indikator	Skala
Kepercayaan	Kepercayaan konsumen adalah keyakinan konsumen bahwa individu tertentu memiliki integritas, dapat dipercaya, dan orang yang dipercayai akan	Indikator untuk mengukur variabel kepercayaan menurut (Wardani & Maskur, 2022) sebagai berikut : 1 <i>Benevolence</i>	Likert

	<p>memenuhi semua kewajiban dalam melakukan transaksi sebagaimana yang diharapkan (Khotimah & Febriansyah, 2018).</p>	<p>(kesungguhan atau ketulusan)</p> <p>2 <i>Ability</i> (kemampuan)</p> <p>3 <i>Integrity</i> (integritas)</p> <p>4 <i>Willingness to depend</i> (kesediaan bergantung)</p>	
Promosi	<p>(Praestuti, 2020). Promosi merupakan salah satu dari komponen bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>) yang mempunyai tujuan untuk mencapai tujuan dengan setiap konsumen yakni menyakinkan konsumen untuk membeli produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan</p>	<p>Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam (Syahputra & Herman, 2020) indikator-indikator promosi diantaranya :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesan Promosi 2. Media Promosi 3. Waktu Promosi 4. Frekuensi Promosi 	Likert
<i>Service quality</i>	<p>Tjiptono (2014:268) kualitas pelayanan berpusat kepada usaha untuk memenuhi keinginan ataupun kebutuhan pelanggan dan ketepatan penyampaiannya guna memenuhi keinginan pelanggan</p>	<p>Indikator <i>service quality</i> menurut Azmi & Jamil (2024) sebagai berikut.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 <i>Tangibility</i>, 2 <i>Reliability</i> 3 <i>Responsiveness</i> 4 <i>Empathy</i>, 5 <i>Assurance</i>, 	Likert

Keputusan pembelian	Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan pembelian yang mengombinasikan pengetahuan untuk memilih dua atau lebih alternatif produk yang tersedia dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas, harga, lokasi, promosi, kemudahan, pelayanan dan lain-lain (Irwansyah <i>et al.</i> , 2021).	Menurut Sechifman dan Kanut (dalam Sah, <i>et al</i> 2024). Indikator keputusan pembelian yakni: 1 Tertarik mencari informasi tentang produk 2 Mempertimbangkan 3 tertarik untu imencoba 4 berkeinginan memiliki	Likert

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Arikunto (2008), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan sesuatu instrumen. Sesuatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Hal ini membuat peneliti menguji validitas dengan kuesioner yang langsung diberikan kepada Konsumen shopee di Indonesia. Dalam uji ini sampel yang dipakai Konsumen *shopee* di Indonesia. Uji validitas dalam penelitian ini, menggunakan *product moment*.

$$r = \frac{n\Sigma - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\}\{n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

Dalam pengujian validitas, instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau α sebesar 0,05

Keterangan : = Koefisien korelasi antar variabel X dan Y

N = Jumlah sampel

X = Skor variabel X

Y = Skor variabel Y

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

Bila $r_{hitung} > r_{table}$ maka instrumen valid.

Bila $r_{hitung} < r_{table}$ maka instrumen tidak valid.

Bila probabilitas (sig) $< \alpha$ maka instrumen valid.

Bila probabilitas (sig) $> \alpha$ maka instrumen tidak valid.

3.7.2 Uji Realibilitas

Menurut Sugiyono (2011) pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana mengukur data memberikan hasil relatif konsisten bila dilakukan pengukuran ulang pada subjek yang sama, fungsi dari uji reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana keadaan alat ukur atau kuesioner (angket) tersebut. Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan prosedur yang sama dengan uji validitas. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliable.

apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 17.0 (Statistical Program and Service Solution). Uji reliabilitas menggunakan rumus alphacronbach yaitu :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sum \sigma_t^2} \right]$$

Keterangan : = Reabilitas instrumen

\sum = Jumlah varian skor tiap item

K = Banyaknya soal = Varians total

Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks kolerasi

Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,0199	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2011)

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini penting dilakukan karena jika data tidak berdistribusi normal, maka metode statistik parametrik tidak dapat dilakukan. Dalam penelitian ini, uji normalitas akan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov Test*. Penelitian ini menggunakan analisis statistic parametrik, maka harus ditentukan nilai signifikansi *two tailed* dengan ketentuan sebagai berikut:

Menentukan hipotesis dari uji normalitas:

H_0 : Data berdistribusi normal

H_1 : Data tidak berdistribusi normal

Dengan kriteria pengujian:

- 1) H_0 diterima apabila nilai *asympt.Sig (2-tailed)* $> 0,05$ maka sampel tidak berdistribusi normal
- 2) H_0 ditolak apabila nilai *asympt.Sig (2-tailed)* $< 0,05$ maka sampel tidak berdistribusi normal.

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas atau tidak. Dalam analisis regresi linier berganda, terdapat dua atau lebih variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat. Asumsi ini dapat dibenarkan jika tidak ada hubungan linier antara variabel bebas. Uji multikolinieritas dalam penelitian ini menggunakan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Asumsi dari *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* dapat dinyatakan sebagai berikut :

1. Jika $VIF > 10$ dan nilai *Tolerance* < 0.10 maka terjadi gejala multikolinieritas
2. Jika $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* > 0.10 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamat ke pengamat yang lain (Ghozali, 2018). Uji asumsi heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah varians residual *absolute* sama (homogen) atau tidak sama (tidak homogen) untuk semua pengamatan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas dengan uji glejser, ada atau tidaknya heteroskedastisitas diketahui dengan melihat signifikansinya terhadap derajat kepercayaan 5%.

Adapun kriteria uji glejser sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas $> 5\%$ (0,05) maka dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. Jika nilai probabilitas $< 5\%$ (0,05) maka dikatakan terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.9 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan melihat pengaruh antara variabel dan variabel dependen dengan skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linier, dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yang diolah dengan *SPSS*. Dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel yaitu Kepercayaan (X1), promosi (X2), *service quality* (X3) dan Keputusan Pembelian (Y) maka penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan *SPSS (Statistical Program and Service)*. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Keterangan :

Y	= keputusan Pembelian
X1	= kepercayaan
X2	= promosi
X3	= <i>service quality</i>
A	= Konstanta
b1, b2, b3	= Koefisien Regresi

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji T Parsial

Menurut Ghozali (2011), Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam

menerangkan variasi variabel dependen dengan tingkat signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$) dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak koefisien regresi tidak signifikan). Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Hal ini berarti secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.10.2 Uji Simultan (Uji F)

Ho : Kepercayaan (X1), Promosi (X2) dan *Service Quality* (X3) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Ha : Kepercayaan (X1), Promosi (X2) dan *Service Quality* (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut:
Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima dan jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Ho diterima dan Ho ditolak
2. Menentukan nilai titik kritis untuk F_{tabel} pada $db_1=k-1$ dan $db_2 = n-1$
3. Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai α (0,05) dengan kriteria sebagai berikut:
Jika nilai $sig < 0,05$ maka Ho ditolak;
Jika nilai $sig > 0,05$ maka Ho diterima
Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis.