

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif dengan pendekatan kausalitas. Penelitian asosiatif bertujuan untuk menganalisis hubungan antara dua atau lebih variabel, sedangkan pendekatan kausalitas digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen.

Dalam penelitian ini, variabel independen yang diteliti adalah persepsi kemudahan, kepercayaan, dan promosi, sedangkan variabel dependennya adalah keputusan penggunaan aplikasi belanja online pada SPI (Stock Poin Indogrosir) Kota Metro. Oleh karena itu, pendekatan kausalitas digunakan untuk memahami sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen.

Metode penelitian ini yaitu pengumpulan data, instrumen penelitian, serta analisis yang dilakukan secara kuantitatif, dengan tujuan utama untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk melihat hubungan antar variabel, tetapi juga memahami dampak dan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat yang terjadi (Sugiyono, 2017).

3.2 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber data utama. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui proses pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen yang menggunakan aplikasi SPI (Stock Poin Indogrosir) di Kota Metro. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan yang berkaitan dengan persepsi kemudahan

penggunaan aplikasi, tingkat kepercayaan terhadap aplikasi, promosi yang diberikan oleh aplikasi, serta keputusan konsumen dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Penggunaan data primer memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang relevan, akurat, dan sesuai dengan kebutuhan penelitian, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi belanja online SPI.

3.3 Metode Pengambilan Data

Menurut (Woro Isti Rahayu & Program, 2022) Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer. Dalam metode pengambilan data juga menggunakan teknik sebagai berikut :

1. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung.

Proses penentuan skor atas jawaban yang dilakukan dengan membuat klasifikasi dan kategori yang sesuai tergantung pada anggapan atau pendapat dari responden. Dalam penelitian ini, proses dilakukan dengan memberikan tingkatan skor pengukuran dengan menggunakan skala likert yaitu :

Tabel 3. 1 Tingkatan Skor Pengukuran

No.	Kategori	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (ST)	4
3.	Cukup Setuju (CS)	3
4.	Tidak Setuju (ST)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2015), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Arta Zahra Pratiwi, 2025). Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah masyarakat Kota Metro secara umum, dengan fokus pada pengguna aplikasi SPI. Jumlah pasti pengguna aplikasi SPI tidak dapat diketahui, sehingga populasi penelitian ini merujuk pada seluruh masyarakat Kota Metro yang terdaftar dan aktif menggunakan aplikasi tersebut, meskipun angka pastinya tidak dapat dipastikan.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah Non-Probability Sampling, dengan teknik Purposive Sampling. Teknik ini digunakan karena peneliti memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

KRITERIA SAMPEL
1. Seluruh konsumen Indogrosir Kota Metro yang berusia minimal 18 tahun.
2. Konsumen yang telah melakukan minimal satu kali pembelian melalui aplikasi SPI.

Karena populasi yang tepat tidak dapat diketahui secara pasti, peneliti menggunakan kriteria di atas untuk memilih sampel yang relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk menentukan ukuran sampel yang tepat, perhitungan dilakukan menggunakan software G-Power.

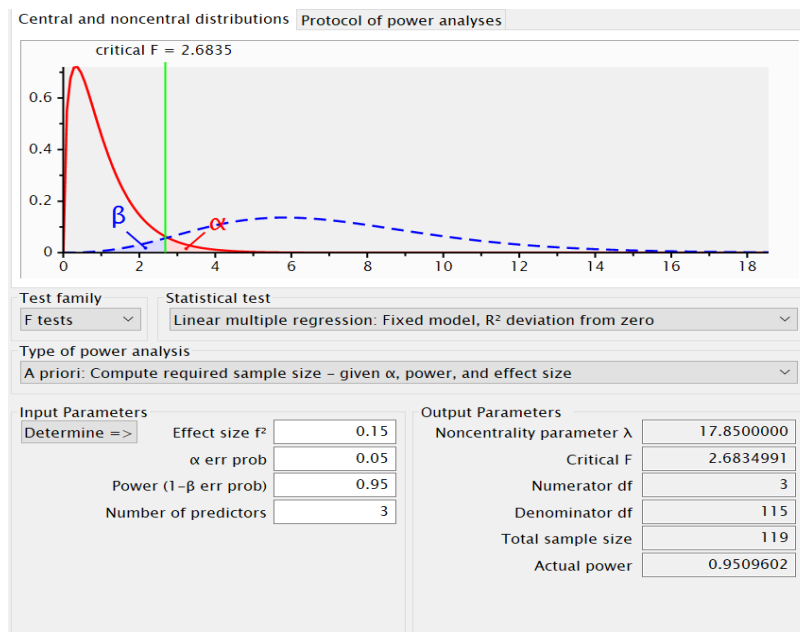
Analisis Populasi dan Sampel dengan G-Power.

Karena populasi tidak diketahui secara pasti, metode yang tepat untuk menentukan ukuran sampel adalah menggunakan analisis power dengan G-

Power. Analisis ini mempertimbangkan beberapa faktor utama sebagai berikut:

1. Effect Size (f^2): Ukuran efek yang menggambarkan seberapa besar hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi. Dalam penelitian ini, digunakan nilai $f^2 = 0.15$, yang mengacu pada kategori moderate effect size.
2. Tingkat Signifikansi (α): Probabilitas kesalahan tipe I, yang ditetapkan sebesar 5% (0.05).
3. Power ($1-\beta$): Kemampuan uji statistik dalam mendeteksi efek yang ada. Dalam penelitian ini, power ditetapkan sebesar 95% (0.95) untuk mengurangi risiko kesalahan tipe II.
4. Jumlah Variabel Independen: Dalam penelitian ini, terdapat 3 variabel independen, yang berarti model regresi menggunakan 3 prediktor.

Berikut hasil perhitungan menggunakan software G-Power



Gambar 3. 1 Perhitungan G-Power berdasarkan Variabel

Berdasarkan parameter yang disebutkan di atas, hasil perhitungan menggunakan G-Power adalah sebagai berikut:

- Noncentrality parameter (λ): 17.85
- Critical F-value: 2.683

- Numerator df: 3
- Denominator df: 115
- Total sample size: 119
- Actual power: 0.95096 (sesuai dengan target 0.95)

Interpretasi Hasil

Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah sampel minimal yang dibutuhkan untuk melakukan analisis regresi linear berganda dengan 3 variabel independen adalah 119 sampel. Dengan jumlah sampel ini, penelitian memiliki peluang 95% untuk mendeteksi efek yang nyata, jika efek tersebut memang ada, serta menjaga risiko kesalahan tipe I di 5%.

Jika memungkinkan, peneliti dapat menambah jumlah sampel lebih dari 119 untuk meningkatkan stabilitas hasil penelitian, tetapi 119 sudah cukup memenuhi kriteria validitas statistik berdasarkan power analysis.

3.5 Variabel Penelitian

Penelitian ini memiliki tiga variabel independen dan satu variabel dependen sebagai berikut:

1. Variabel Independen:
 - a. Persepsi Kemudahan (X1).
 - b. Kepercayaan (X2).
 - c. Promosi (X3).
2. Variabel Dependen:
 - a. Keputusan Penggunaan Aplikasi (Y).

3.6 Definisi Variabel Operasional

Berikut adalah tabel yang menjelaskan definisi operasional untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini. Tabel ini mencakup variabel, definisi variabel, definisi konsep variabel, serta indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut:

Tabel 3. 2 Definisi Variabel operasional

Variabel	Definisi Variabel	Definisi Konsep Variabel	Indikator
Persepsi Kemudahan (X1)	Persepsi konsumen mengenai kemudahan dalam menggunakan aplikasi SPI.	Persepsi yang dimiliki konsumen terkait sejauh mana aplikasi SPI mudah digunakan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi informasi sangat mudah dipelajari. 2. Teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna. 3. Ketrampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan teknologi informasi. 4. Teknologi informasi sangat mudah untuk dioperasikan.
Kepercayaan (X2)	Tingkat kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan keandalan aplikasi	Keyakinan konsumen bahwa aplikasi SPI aman digunakan untuk transaksi dan melindungi data pribadi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jujur dalam Mengelola Situs Bisnis Online 2. Kompetensi 3. Informasi yang Diberikan

	SPI.		Merupakan Fakta Apa Adanya
Promosi (X3)	Pengaruh promosi yang diberikan oleh aplikasi SPI terhadap keputusan pengguna.	Penawaran insentif dan promosi yang mendorong konsumen untuk terus menggunakan aplikasi SPI.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frekuensi promosi 2. Kualitas promosi 3. Kuantitas promosi 4. Waktu promosi 5. Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi
Keputusan Penggunaan Aplikasi (Y)	Tindakan konsumen dalam memilih dan menggunakan aplikasi SPI secara berkelanjutan.	Keputusan yang diambil konsumen untuk menggunakan aplikasi SPI berdasarkan berbagai pertimbangan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan penggunaan. 2. Persepsi terhadap merek aplikasi yang digunakan. 3. Tingkat kesesuaian aplikasi dengan keinginan pengguna. 4. Aplikasi memenuhi kebutuhan pengguna.

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas ialah tingkat keandalan dan kecermatan dalam mengukur instrumen. Instrumen dapat dikatakan valid apabila pertanyaan kuesioner dapat menyatakan apa yang akan diukur. Uji tersebut bisa dilihat dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka variabel bisa dikatakan valid dan begitu juga sebaliknya, jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} , maka variabel tersebut dikatakan tidak valid (Rokhmad Slamet & Wahyuningsih, 2014).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji untuk mengetahui konsistensi alat ukur, dimana sejauh mana alat yang digunakan dapat diandalkan dan konsisten jika dilakukannya pengukuran ulang. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila suatu kuesioner menghasilkan hasil yang sama apabila dilakukan pengukuran ulang. Pengujian instrumen menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, dimana dianggap reliabel apabila nilai dari *cronbach alpha* $> 0,60$. Data akan semakin reliabel apabila nilai *alpha* mendekati 1. (Tekad Budiantoro, 2021)

3.8 Metode Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengecek apakah nilai residu yang telah distandarisasi melalui metode regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji tersebut dapat dilakukan dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk analisis grafik dapat dideteksi dengan *leaf plot grafik histogram*. Uji statistik dilakukan melalui rasio *Skewness* dan *Kurtosis*, dan uji *Kolmogrov-Smirnov*. Uji normalitas dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal dan sebaliknya (Jusmansyah, 2020).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah alat uji yang dilakukan untuk mengukur apakah terdapat korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi diantara variabel bebas. Pengujian ini diketahui dengan melihat nilai toleransi dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai VIF tersebut dengan ketentuan nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka artinya tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi penelitian tersebut (Mardiatmoko, 2020).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yaitu alat uji yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ketidakcocokan *variance* dari residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Untuk menguji tersebut dengan menggunakan uji Glejser. Pengujian dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel bebasnya. Jika terlihat nilai signifikansi > 0,05 artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Budiastuti & Hartati, 2022).

2. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Berganda

Regresi linier berganda yaitu analisis yang melibatkan lebih dari satu bebas. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel *independen* (kemudahan, kepercayaan, dan fitur layanan) terhadap variabel *dependen* (keputusan penggunaan) melalui rumus sebagai berikut (Budi & , Lulu Septiana, 2024).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y: Keputusan Penggunaan Aplikasi

X1: Persepsi Kemudahan

X2: Kepercayaan

X3: Promosi

b. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi (R^2) adalah uji untuk mengukur seberapa jauh

kemampuan model menerangkan variasi variabel terikatnya. Nilai R^2 bernilai antara 0 dan 1 dengan ketentuan semakin mendekati 1 maka artinya semakin baik.

c. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t yaitu uji untuk mengukur bagaimana pengaruh masing- masing variabel bebasnya secara parsial terhadap variabel terikat. Hasil uji tersebut dapat dilihat dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika nilai sig. $< 0,05$ atau t_{hitung} lebih besar t_{tabel} maka ada pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara parsial. Tetapi, apabila nilai sig. $> 0,05$ atau t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka tidak pengaruh antara variabel *independen* dengan variabel *dependen* (Permatasari, 2022).

d. Uji Signifikansi Simultan (Uji f)

Uji simultan (uji f) adalah uji yang digunakan untuk mengukur ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama (simultan) antar variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji tersebut dapat dilakukan dengan membandingkan nilai f_{hitung} dengan f_{tabel} . Apabila nilai sig. $< 0,05$ atau $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka berarti variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat. Tetapi, apabila nilai sig. $> 0,05$ atau $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas secara bersama-sama dengan variabel terikat (D. Amelia, Karina R, Nuel, Bastian J, 2021).