

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan tanpa membuat perbandingan dengan variabel lain dan menganalisis satu atau lebih variabel (Suliyanto, 2018:14). Sedangkan, penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai teknik penelitian yang didasarkan filsafat positivisme untuk mempelajari populasi ataupun sampel tertentu, pengumpulan data dengan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik (Sugiyono, 2013:8). Penelitian ini mendeskripsikan kondisi kerangka kerja yang ada untuk menjelaskan faktor-faktor yang melatarbelakangi keputusan konsumen untuk membeli produk *fashion* pada Zalora.

3.2 Sumber Data

Sumber data penelitian ini adalah data primer:

1. Data Primer

Data primer merupakan data orisinal yang diperoleh periset secara langsung untuk menjawab pertanyaan (Suliyanto, 2018:156). Dalam penelitian ini data yang digunakan berupa hasil respons responden pada kuesioner yang disebar yaitu pengguna Zalora.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan yaitu :

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan dalam penelitian ini yaitu jurnal dari penelitian terdahulu yang berkaitan dan buku-buku.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Bertujuan untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan kebutuhan penelitian yaitu menggunakan metode pengambilan data memakai

kuesioner *online*. Penelitian ini memakai skala pengukuran kuesioner dengan jenis skala nominal. Skala nominal merupakan pengukuran yang memungkinkan peneliti mengelompokkan berdasarkan kategori saja (Suliyanto, 2018:139). Skala yang digunakan untuk data dikotomi adalah ya atau tidak. Kedua kategori diberi nomor sebagai simbol, 1 = ya dan 2 = tidak. Penggunaan skala ini tidak memberikan kesempatan bagi responden untuk bersikap netral karena untuk menghindari kecenderungan responden memilih jawaban netral atau di tengah (area abu-abu) agar lebih jelas.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan elemen yang akan diduga karakteristiknya (Suliyanto, 2018:177). Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh pengguna atau konsumen Zalora.

3.4.2 Sampel

Sampel didefinisikan sebagai bagian dari sejumlah populasi yang akan diuji karakteristiknya (Suliyanto, 2018:177). Metode *sampling* yang dipakai yaitu *Non Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Menurut Suliyanto (2018:225), *Non Probability Sampling* adalah metode pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama pada setiap anggota sampel yang terpilih. *Purposive Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Suliyanto, 2018:226). Adapun kriteria responden yang dijadikan sampel adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Zalora melalui situs atau *mobile app*, berusia minimum 17 tahun dan berdomisili diseluruh Ibu kota ataupun provinsi di Indonesia.

Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Dengan demikian, untuk menetapkan ukuran jumlah sampel memakai rumus Rao Purba, yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Dimana,

N = Ukuran sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

moe = *Margin of error* atau kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi biasanya 10%

Bersumber pada rumus Rao di atas, peneliti mendapatkan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Jadi jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 96,04 atau dibulatkan menjadi 100 responden.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1
Variabel Operasional

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian	Menurut Swastha dan Irawan (2008: 349) dalam Saputra et al. (2017), keputusan pembelian diartikan sebagai suatu pernafsiran	Sikap atau tindakan konsumen dalam memilih diantara berbagai alternatif produk yang akan	<p>Kualitas Produk</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kualitas produk terjamin - Produk <i>real picture</i> - <i>Design</i> produk <p>Promosi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gratis ongkos 	Nominal

	<p>terkait keinginan dan keperluan konsumen terhadap produk dengan mengevaluasi sumber yang ada, memastikan maksud pembelian, dan mengidentifikasi pilihan.</p>	<p>digunakan.</p>	<p> kirim</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Cashback</i> - <i>Voucher</i> - Keterjangkauan harga - Tingkat kemenarikan iklan - Tingkat promosi penjualan - Penayangan iklan di media promosi <p>Online Customer Review</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penilaian atau <i>review</i> dari pelanggan <p>Kemudahan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kemudahan pembayaran - Kemudahan dalam menggunakan aplikasi/web <p>Kualitas Layanan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kecepatan layanan - Kesiediaan dan kesiapan dalam membantu - Kecepatan dalam menangani <i>complain</i> - Pilihan kurir 	
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

			<p style="text-align: center;">pengiriman</p> <p>Garansi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengembalian produk <p>Variasi Produk</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variasi produk - Ketersediaan produk <p>Kepercayaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Terpercaya 	
--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

3.6 Uji Persyaratan Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan mengukur ketepatan atau akurasi dan ketelitian alat ukur menjalankan peran pengukurannya (Suliyanto, 2018:233). Untuk menguji validitas, instrumen dinyatakan valid dengan nilai probabilitas ($\text{sig} < 0,05$ dan $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$). Begitupun sebaliknya, nilai probabilitas ($\text{sig} > 0,05$ dan $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$), maka dinyatakan tidak valid. Uji validitas ini menggunakan koefisien korelasi *product moment* dengan program SPSS (*Statistical Program and Service Solution Series 23.0*).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan kesanggupan alat ukur menciptakan pengukuran yang reliabel atau dipercaya (Suliyanto, 2018:254). Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Formula Alpha Cronbach dan memakai program SPSS 23.0.

3.7 Metode Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Metode Cochran Q Test

Menurut Simamora dalam Yusendra (2015), Cochran Q Test berguna untuk menganalisis secara statistik tingkat kesuksesan data pada sejumlah variabel yang berkaitan secara dikotomis dengan nilai yang sama pada mean. Untuk memutuskan atribut yang valid berdasarkan hasil Cochran Q Test dengan mengadakan perbandingan antara nilai Qhitung dan Qtabel. Rumus yang digunakan untuk uji Cochran Q Test sebagai berikut :

$$Q = \frac{(k-1) \{k\sum C_j^2 - (\sum C_j)^2\}}{k\sum R_i - \sum R_i^2}$$

Dimana:

K = Total variabel

n = Total sampel

C_j = Jumlah responden pada j variabel (kolom)

R_i = Jumlah responden pada I pengamatan (baris)

Faktor-faktor yang ada diuji secara bertahap memakai uji Cochran Q Test. Dalam penelitian ini terdiri dari 21 atribut atau faktor. pengujian atribut atau faktor dilakukan dengan bertahap yaitu dari seluruh 21 atribut atau faktor, pengujian 20 atribut, pengujian 19 atribut sampai pengujian keputusan pembelian produk fashion pada Zalora yang diseleksi responden.