

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih yang bersifat sebab akibat. Hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2012). Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan dalam penelitian yang menggunakan data berupa angka. Metode survei digunakan sebagai sumber data primer. Metode survei ini fokus pada pengumpulan data dari responden yang mempunyai informasi tertentu untuk menyelesaikan masalah peneliti. Pengumpulan data ini menggunakan instrumen kuesioner atau angket.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat

Dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi penelitian di Seller Center Situs Lazada langsung <https://www.lazada.co.id/?exlaz> dan Seller Center lazada co.id

3.2.2 Waktu

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret 2021 sampai dengan bulan Juni 2021.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ada dua, data primer dan sekunder

3.3.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama, misalnya dari individu atau perseorangan. Data ini bisa berwujud hasil wawancara, pengisian kuesioner, atau bukti transaksi seperti tanda pembelian barang dan karcis parkir (Umar, 2003). Pengumpulan data primer ini melalui pembagian kuisisioner kepada responden yang telah ditentukan karakteristiknya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer.

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2013).

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki cirri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel juga bisa diartikan sebagai bagian anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi (Martono, 2010).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Martono, 2010).

Metode yang digunakan adalah *purposive sampling*, merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dengan cara memilih orang sebagai sampel dengan cara memilih orang yang benar-benar mengetahui atau memiliki kompetensi dengan topik penelitian (Martono 2010).

Dalam penelitian ini untuk penarikan sampling maka responden harus memiliki syarat, yaitu:

1. Responden pernah membeli produk di situs Lazada INDONESIA dalam 12 bulan terakhir.
2. Responden minimal berumur 18 tahun
3. Responden bertempat tinggal di INDONESIA

3.4.2.1 Teknik Penentuan Sampel

Pengambilan sampel yang digunakan menggunakan rumus SOLVIN sebagai berikut;

$$n = \frac{N}{1 + n(d)^2}$$

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

D = Batas toleransi sebesar 10%, sehingga dapat ditentukan sebagai berikut

$$n = \frac{430}{1+430(0,1)^2}$$

$$n = \frac{430}{1+4,3}$$

$$n = \frac{430}{5,3}$$

$$n = 81,132 \text{ diambil } 81 \text{ responden}$$

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan kuisisioner (angket). Kuisisioner adalah daftar pernyataan atau pertanyaan yang dikirimkan kepada responden baik secara langsung atau tidak langsung atau melalui pos, Internet, atau perantara (Martono, 2010). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data yang akurat dan relevan sesuai masalah yang dibahas.

1. Skala Pengukuran

Skala yang digunakan adalah skala likert, skala likert adalah skala pengukuran dengan lima kategori respons mulai dari „sangat tidak setuju“ hingga “sangat setuju” yang mengharuskan responden untuk menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan dengan masing-masing serangkaian pernyataan terkait objek stimulus. Biasanya setiap item pada skala likert memiliki lima tanggapan kategori, mulai dari “Sangat Tidak Setuju” hingga “Sangat Setuju” (Malhotra & David, 2006).

Responden penelitian diminta untuk mengisi kuisioner dengan memilih salah satu dari kelima pilihan alternatif jawaban yang tersedia. Skor yang diperoleh kemudian dijumlahkan menjadi skor total. Skor total yang besar menunjukkan pengaruh positif terhadap variabel terikat dalam penelitian.

Tabel 3.1 Skala Likert

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

3.6 Definisi Variabel Dan Definisi Operasional

3.6.1 Definisi Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh pesneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2016, 38). Terdapat 2 jenis variabel dalam penelitian ini, yaitu :

3.6.1.1 Variable Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen adalah sejumlah gejala dengan berbagai unsur ataufaktor yang didalamnya menentukan atau mempengaruhi adanya variabel-variabel yang lain. Dalam penelitian ini variablel Independen yang digunakan adalah :

4. Kualitas Website (X1)

Menurut Barnes dan Vidgen (2002) “Website Quality adalah sebuah instrument yang dikembangkan untuk menilai kegunaan, informasi dan kualitas interaksi jasa dari website internet.” Kualitas Website (WebQual) merupakan salah satu metode pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna akhir.

5. Promosi Penjualan (X2)

Promosi Penjualan adalah Kotler dan Amstrong (2014, p.429)

memberikan pengertian promosi penjualan adalah insentif jangka pendek untuk meningkatkan pembelian atau penjualan suatu barang atau jasa di mana pembelian diharapkan dilakukan sekarang juga.

3.6.1.2 Variable Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen adalah sejumlah gejala dengan berbagai unsur atau faktor didalamnya yang ada ditentukan atau dipengaruhi oleh adanya variabel lain, variabel dependen dalam penelitian ini adalah :

1. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian Menurut Kotler & Amstrong (2014), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli.

3.6.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberi arti, atau menspesifikasikan kejelasan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut (sugiyono, 2010:134)

1) Variabel Bebas (X)

Kualitas Website (X1) Sumber: Barnes dan Vidgen, 2002 Parasuraman *etal*, 2005 Indikator dari variabel kualitas website yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. kualitas Informasi
2. keamanan interaksi situs jelas
3. mudah digunakan

Promosi Penjualan (X2) Kotler dan Keller (2012)

Indikator dari variabel promosi penjualan yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Harga Promosi yang ditawarkan
2. Kemenarikan Promosi Penjualan
3. Ketepatan promosi penjualan

2. Variabel Terikat (Y)

Keputusan pembelian (Y) : (kotler, 2012),

Indikator dari variabel Keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini adalah;

1. Cepat dalam memutuskan
2. Mantap dalam memutuskan karna terbiasa membeli produk yang sama

3.7 Proses Pengolahan Data

Adapun proses pengolahan data yang terkumpul dan diolah melalui beberapa tahap, yaitu sebagai berikut :

1. Editing yaitu proses pengolahan data dan cara memisahkan serta memilih data mana yang dapat dilakukan dan mana yang tidak dapat dilakukan, serta meneliti kelengkapannya.
2. Coding yaitu kegiatan memberi kode yang berupa angka-angka dan simbol-simbol lain yang akan dipergunakan dalam perhitungan yang ada dalam masalah penelitian.
3. Tabulasi yaitu proses penyusunan data dalam tabel sehingga akan lebih mudah untuk dipahami.
4. Verifikasi yaitu mengetahui hasil - hasil yang telah di peroleh melalui datang ke lapangan.
5. Scoring yaitu usaha memberikan skor jawaban pada responden dalam bentuk angka, sehingga akan memudahkan dalam perhitungan serta pengolahan data.

3.8 Metode Analisis Data Dan Analisis Data

3.8.1 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data kuantitatif dengan teknik analisis kausalitas, yaitu mempertanyakan kembali antara beberapa fenomena yang secara teori sebetulnya sudah diduga saling mempengaruhi. Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang sudah ada dari hasil kuesioner kemudian diolah dan disajikan dalam bentuk tabel, grafik, serta dibuat analisis agar dapat ditarik kesimpulan sebagai dasar pengambilan keputusan yang berkaitan dengan variabel bebas (independen) yaitu Kualitas Website dan Promosi Penjualan, serta keputusan pembelian sebagai variabel terikat (dependen). Penelitian ini menggunakan program aplikasi IBM SPSS Statistics 16 dengan teknik statistik analisis regresi linier berganda untuk mengolah data

3.8.2 Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk mengolah data menjadi informasi, agar dapat menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan dalam penelitian. Berikut analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

3.8.2.1 Uji Intrumen

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur . Jika periset menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data , kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukur (Umar, 2003).

Validitas data akan sangat ditentukan oleh keadaan responden ketika dalam menjawab kuesioner. Bila sewaktu menjawab semua pertanyaan ternyata responden bebas tanpa ada rasa malu atau rasa takut, maka data yang diperoleh akan *valid* dan reliabel, tetapi bila si responden merasa malu, takut, cemas akan jawabannya ,maka besar kemungkinan dia akan memberikanjawaban yang tidak benar (Umar, 2003).

2. Uji Reliabilitas

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya realibilitas alat ukur tersebut diuji. Realibilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (Umar, 2003). Makin kecil kesalahan pengukuran, maka makin reliabel alat pengukur. Sebaliknya makin besar kesalahan pengukuran, maka makin tidak reliabel alat pengukur tersebut. Besar-kecil kesalahan pengukuran dapat diketahui antara lain dari nilai korelasi antara hasil pengukuran pertama dan kedua (Umar, 2003).

3.8.2.2 Uji Asumsi Klasik

Terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi sehingga persamaan regresi yang dihasilkan akan valid jika digunakan memprediksi suatu masalah. Uji asumsi

tersebut terdiri dari :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah variabel penelitiannya memiliki penyebaran yang normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data sudah berdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan uji Kolmogorof-Smirnov. Pada uji Kolmogorof-Smirnov, jika hasil analisis menunjukkan nilai $Sig < 0,05$, artinya data tidak berdistribusi normal. Sebaliknya, jika hasil analisis memiliki nilai $Sig > 0,05$ maka data bersistribusi normal. Data yang berdistribusi normal berarti data hasil penyebaran kuesioner memang sesuai dengan teori yang digunakan (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015).

2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan variasi residual tidak sama dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Variasi residual harus bersifat homoskedastisitas, yaitu pengamatan satu dengan pengamatan yang lain, sama agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015).

3. Uji Multikolinieritas

Salah satu asumsi model regresi linier berganda adalah bahwa tidak terjadi korelasi yang signifikan antar variabel bebasnya. Jika hal tersebut terjadi maka dalam statistika disebut dengan kasus Multikolinieritas (Umar, 2003).

3.9 Teknik Pengujian Hipotesis

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi berganda merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengukur suatu permasalahan yang menggunakan lebih dari satu variabel bebas.

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (*Kualitas Website dan Promosi penjualan*) terhadap variabel terikat (*Keputusan Pembelian*). Secara umum model regresi linier berganda adalah :

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

Keterangan:

| | | |
|----------------|---|-------------------------------------|
| Y | = | Keputusan Pembelian |
| a | = | Konstanta |
| b ₁ | = | Koefisien Regresi Promosi Penjualan |
| b ₂ | = | Koefisien Regresi |
| X ₁ | = | Kualitas Website |
| X ₂ | = | Promosi Penjualan |
| e | = | Error Term (residual) |

2) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) adalah alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97). Nilai koefisien determinasi antara 0 atau 1. Apabila nilai (R^2) yang kecil maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas, dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Ini merupakan indikator yang digunakan untuk menggambarkan banyak variasi yang dijelaskan dalam model. Berdasarkan nilai R^2 dapat diketahui tingkat signifikansi atau kesesuaian hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat dalam regresi linier.

3) Uji F

Menurut Ghozali (2012:98) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Uji ini merupakan uji koefisien regresi yang dilakukan secara simultan dan serentak. Metode pengujian statistika dengan teknik tersebut biasanya digunakan untuk membandingkan antara dua atau lebih objek data, yang mana dalam pengujianya setiap objek atau data memiliki perlakuan yang berulang demi menentukan besar kecilnya variansi, dengan menggunakan metode F tabel maka akan ditemukan sebuah nilai sebagai pembandingan.

Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika angka nilai signifikansi $< 0,05$ maka model penelitian layak digunakan
2. Membandingkan Nilai F hitung hasil perhitungan dengan F menurut tabel. Bila nilai F *hitung* lebih besar dari pada nilai F *tabel* maka model penelitian layak digunakan

4) Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:98). Uji t dikenal dengan uji parsial yaitu dengan menguji bagaimana pengaruh masing masing variabel bebasnya secara sendiri sendiri terhadap variabel terikatnya, uji t pada dasarnya digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan koefisien regresi, uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing masing t hitung.

Adapun cara untuk melakukan uji t yaitu sebagai berikut :

1. Jika tingkat signifikansinya $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika tingkat signifikansinya $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.