

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif yakni penelitian berdasarkan filsafat positifisme guna meneliti populasi atau sampel tertentu yang pengambilan sampelnya acak menggunakan instrumen dalam pengumpulan data, yang kemudian dilakukan analisis data yang bersifat statistik.¹ Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif merupakan metode penelitian yang mengkaji korelasi antara dua variabel atau lebih.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yakni letak dilaksanakannya suatu penelitian. Penelitian dilakukan di SMKN 2 Kediri yang terletak di Jl. Veteran No. 5 Kota Kediri.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Wilayah area yang mencakup objek atau subjek dengan karakteristik dan kuantitas yang telah ditetapkan merupakan maksud dari populasi.² Siswi kelas XI SMKN 2 Kediri dengan kriteria yang sudah pernah melakukan pembelian pada *marketplace* shopee berjumlah 358 orang yang diambil sebagai populasi penelitian ini.

2. Sampel

Sampel terdiri dari komponen kelompok yang dipilih dari populasi yang ditentukan. Teknik pengambilan sampel penelitian ini, *purposive sampling*, menurut Sugiyono yakni penentuan sampel dengan kriteria tertentu, artinya sampel terpilih merupakan sampel yang sesuai kriteria³ yakni sebagian siswi kelas XI SMKN 2 Kediri yang pernah melakukan pembelian di *marketplace* Shopee. Peneliti menggunakan rumus Slovin

¹ Muh Yani Balaka, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2022), 11.

² Sigit Hermawan and Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis* (Malang: Media Nusa Creative, 2016), 68.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2018), 127.

untuk pengambilan sampel yang representatif yang hasil penelitiannya dapat digeneralisasi dan dihitung menggunakan rumus sederhana, tanpa menggunakan tabel jumlah sampel. Peneliti menggunakan taraf kesalahan 5% dikarenakan penelitian ini memiliki jumlah populasi kurang dari 1000.⁴

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Taraf kesalahan (*error*) 0,05 (5%).

Maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{358}{1 + 358 (0,05)^2} = \frac{358}{1,895} = 188,91 = 189$$

Sehingga peneliti mengambil sampel sejumlah 189 responden.

D. Variabel Penelitian

1. Variabel *independent* (Bebas)

Variabel yang mempengaruhi variabel *dependent* merupakan pengertian dari variabel *independent*. Variabel *independent* penelitian ini adalah harga (X_1) dan kemudahan penggunaan aplikasi (X_2).

2. Variabel *dependent* (Terikat)

Variabel *dependent* yaitu variabel yang dipengaruhi variabel *independent*. Variabel *dependent* penelitian ini keputusan pembelian (Y).

E. Definisi Operasional

1. Variabel *independent* (Bebas)

a. Harga (X_1)

Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk. Sejumlah uang tersebut ditukarkan konsumen dengan manfaat yang didapat dari suatu produk. Terdapat 5 indikator

⁴ Ibid, 129.

dalam penelitian ini berdasarkan teori menurut Kotler dalam Meithiana Indrasari:⁵

Tabel 3.1 Indikator Harga

Variabel	Indikator
Harga (X ₁)	1. Keterjangkauan Harga
	2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas
	3. Daya Saing Harga
	4. Kesesuaian Harga dengan manfaat
	5. Harga dapat Mempengaruhi Konsumen dalam Mengambil Keputusan

Sumber: Meithiana Indrasari, 2019.

b. Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X₂)

Sejauh mana seseorang yakin jika menggunakan sistem tidak akan memerlukan banyak usaha merupakan maksud kemudahan penggunaan aplikasi.⁶ Indikator kemudahan penggunaan aplikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Menurut Davis meliputi 4 indikator:⁷

Tabel 3. 2 Indikator Kemudahan Penggunaan Aplikasi

Variabel	Indikator
Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X ₂)	1. Mudah Dipelajari
	2. Mudah Dipahami
	3. Ringkas
	4. Mudah Digunakan

Sumber: Jogiyanto HM, 2007.

2. Variabel *dependent* (Terikat)

Tahapan dalam kegiatan pembelian suatu produk yang dilakukan konsumen menggunakan alat bantu kemajuan teknologi seperti internet untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan merupakan maksud dari keputusan pembelian *online*.⁸ Indikator keputusan pembelian dalam penelitian ini mencakup 5 indikator sesuai pendapat yang dikemukakan

⁵ Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, 1st ed. (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 42.

⁶ Pramardini, Sumaryanto, and Lamidi, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee.": 473.

⁷ Jogiyanto HM, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2007), 135.

⁸ Lestari and Iriani, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall.Com."

Devaraj dkk, diantaranya adalah:⁹

Tabel 3.3 Indikator Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan Masalah
	2. Pencarian Informasi
	3. Evaluasi alternatif
	4. Keputusan Pembelian
	5. Perilaku Pasca Pembelian

Sumber: Meithiana Indrasari, 2019.

F. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data penelitian ini mencakup data primer dan data sekunder. Data primer yakni data yang berkaitan langsung dengan objek penelitian, penelitian ini mencakup hasil kuesioner. Kuesioner merupakan pernyataan yang diberikan kepada responden yang siap memberikan respon terhadap pernyataan tersebut. Kuesioner penelitian ini disebarakan pada siswi Kelas XI SMKN 2 Kediri. Sementara data sekunder merupakan data yang berasal dari pihak ketiga yang relevan yang berasal dari buku, penelitian terdahulu, *website*.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat untuk mendapatkan data.¹⁰ Instrumen penelitian ini adalah kuesioner. Terdapat tiga jenis kuesioner, yakni kuesioner variabel harga, kemudahan penggunaan aplikasi, dan keputusan pembelian.

H. Teknik Analisis Data

Tahap mengukur serta mengolah data yang telah dikumpulkan dari responden merupakan pengertian dari analisis data. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 25 untuk menganalisis data dalam bentuk angka. Tahap analisis yang dilakukan yakni:

1. *Editing* (Pemeriksaan Data)

Melakukan pemeriksaan ulang mengenai kelengkapan, kesesuaian data dengan kriteria yang diperlukan uji hipotesis.

⁹ Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, 1st ed. (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 74.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2018), 142.

2. *Coding* (Kode)

Coding data, yakni proses memberi kode pada data untuk merubah data kualitatif menjadi kuantitatif. Peneliti memberikan kode pada setiap variabel dalam penelitian ini untuk memudahkan penyusunan tabel dan analisis data. Pemberian kode dilakukan pada ketiga variabel dalam penelitian ini yakni variabel harga (X_1), kemudahan penggunaan aplikasi (X_2), dan keputusan pembelian (Y).

3. *Scoring* (Skor)

Pemberian skor pada pernyataan. Penentuan skor dinilai menggunakan skala *likert* untuk menguji seberapa kuat subyek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan.¹¹ Peneliti menggunakan skala *likert* untuk mengukur persepsi, perilaku, opini seseorang mengenai fenomena sosial. Penentuan skor pernyataan dinyatakan:

Sangat Tidak Setuju (STS)	= Diberi nilai 1
Tidak Setuju (TS)	= Diberi nilai 2
Netral (N)	= Diberi nilai 3
Setuju (S)	= Diberi nilai 4
Sangat Setuju (SS)	= Diberi nilai 5

4. *Tabulating*

Tabulating yakni memasukkan data ke dalam tabel yang telah tersedia, baik tabel untuk data mentah maupun untuk data yang digunakan untuk menghitung data tertentu secara spesifik.

5. *Processing*

Tahap mengolah data dan menghitung dengan statistik. Di tahap ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS dengan teknik analisis seperti:

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya

¹¹ Abdul Aziz Nugraha Pratama and Edi Cahyono, *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Pendekatan Kuantitatif* (Yogyakarta: LaksBang Pressindo, 2021), 67.

butir kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid apabila pernyataan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Caranya dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dengan taraf signifikan 5%. Dasar pengambilan keputusan mengenai uji validitas yakni:¹²

- (a) Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5%, maka instrumen atau variabel valid.
- (b) Apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5%, maka instrumen atau variabel tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk merupakan pengertian dari reliabilitas. Kuesioner dikatakan reliabel ketika responden menjawab secara konsisten. nilai *Cronbach Alpha* digunakan untuk melihat tingkatan reliabilitas. Instrumen dikatakan reliabel saat nilai *Cronbach Alpha* didapatkan $> 0,60$. Adapun indikator pengukuran reliabilitas antara lain:¹³

- (a) Nilai *Cronbach Alpha* 0,00 – 0,20 = Tidak reliabel
- (b) Nilai *Cronbach Alpha* 0,21 – 0,40 = Kurang reliabel
- (c) Nilai *Cronbach Alpha* 0,41 – 0,60 = Cukup reliabel
- (d) Nilai *Cronbach Alpha* 0,61 – 0,80 = Reliabel
- (e) Nilai *Cronbach Alpha* 0,81 – 1,00 = Sangat reliabel

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan teknik statistik untuk menguji apakah diterima atau tidak mengenai data hasil penelitian guna memperoleh informasi yang relevan untuk memecahkan persoalan.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang terkumpul berdistribusi normal. Pengujian normalitas

¹² Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 15.

¹³ Ibid, 17.

dalam penelitian ini memakai metode Kolmogorov-Smirnov Test dengan bantuan program SPSS 25. Suatu data dinyatakan terdistribusi normal ketika nilai $P_{value} > 0,05$.¹⁴

2) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel *independen* pada model regresi linier. Data dikatakan baik apabila tidak berkorelasi antar variabel bebas. nilai referensi VIF (*variance inflation factor*) dan nilai *tolerance* digunakan untuk melihat apakah terbebas dari multikolinearitas atau tidak. Apabila $VIF < 10$, maka dinyatakan terbebas dari multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan menguji ada tidaknya perbedaan dari model regresi varian antara satu residual dengan yang lainnya. Untuk menguji heteroskedastisitas digunakan grafik *scatterplots* dengan kriteria:¹⁵

- (a) Apabila titik-titik data membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit, dinyatakan telah terjadi heteroskedastisitas.
- (b) Apabila titik-titik data hanya berkumpul di atas atau di bawah saja, dinyatakan terjadi heteroskedastisitas.
- (c) Apabila titik-titik data menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, serta tidak membentuk pola tertentu, dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pngganggu di periode sebelumnya pada model regresi linier

¹⁴ Bambang Sudaryana and Ricky Agusiady, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2022), 270.

¹⁵ Mintarti Indartini and Mutmainah, *Analisis Data Kuantitatif* (Klaten: Penerbit Lakeisha, 2024), 24.

maka dilakukan uji autokorelasi. Model regresi yang baik tidak terjadi gejala Autokorelasi. Metode Durbin Watson (DW) digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel dengan kriteria:

- a) Apabila diperoleh nilai $0 < dw < dL$, maka terdapat autokorelasi positif.
- b) Apabila diperoleh nilai $4 - dL < dw < 4$, maka terdapat autokorelasi negatif.
- c) Apabila diperoleh nilai $2 < dw < 4 - dU$ atau $dU < dw < 2$, maka tidak terdapat autokorelasi positif.
- d) Apabila diperoleh nilai $dL \leq dw \leq dU$ atau $4 - dU \leq dw \leq 4 - dL$, maka dapat dinyatakan pengujian tidak meyakinkan atau dapat menambahkan data atau menggunakan uji lain.
- e) Apabila diperoleh nilai $dU < dw < 4 - dU$, maka tidak terjadi autokorelasi.

c. Uji Korelasi

Metode *Pearson Product Moment* digunakan dalam uji ini untuk mengetahui besar korelasi variabel bebas harga (X_1), kemudahan penggunaan aplikasi (X_2) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y) dalam bentuk interval atau rasio. Dapat dikatakan berkorelasi ketika nilai signifikansi $< 0,05$. Adapun besaran hubungan antar variabel antara lain:

1. Nilai $r = 0,00 - 0,199$, maka korelasinya sangat lemah
2. Nilai $r = 0,20 - 0,399$, maka korelasinya termasuk lemah
3. Nilai $r = 0,40 - 0,599$, maka korelasinya termasuk cukup kuat
4. Nilai $r = 0,60 - 0,799$, maka korelasinya termasuk kuat
5. Nilai $r = 0,80 - 1,00$, maka korelasinya termasuk sangat kuat

d. Uji Regresi Linier

Analisis yang digunakan mengetahui keadaan naik turunnya tanggapan variabel terikat terhadap dua/lebih variabel bebas merupakan uji regresi linier berganda. Bentuk regresi ini untuk

mengetahui apakah pengaruh harga dan kemudahan penggunaan mempengaruhi keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan. Analisis dilakukan dengan bantuan program SPSS 25.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi Variabel bebas

X₁ = Harga

X₂ = Kemudahan Penggunaan

e. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merujuk pada pernyataan statistik yang mengenai populasi penelitian ini. Apabila hipotesis penelitian diuji dengan perhitungan statistik, maka pernyataan hipotesis juga diubah menjadi pernyataan hipotesis statistik.

1) Uji T (Uji Parsial)

Untuk menguji apakah terdapat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen merupakan maksud uji T. Adapun kriterianya antara lain:

a) Jika $P_{value} (Sig.) < \alpha$ atau nilai t-hitung $> t_{tabel}$, maka H_a diterima.

b) Tetapi apabila nilai $P_{value} (Sig.) > 0,05$ atau nilai t-hitung $< t_{tabel}$, maka H_a ditolak.

2) Uji F

Untuk menunjukkan pengaruh seluruh variabel independen secara Bersama terhadap variabel dependen.

a. Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5%, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

b. Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5%, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

R-square (R^2) digunakan mengukur seberapa jauh data dependen dapat dijelaskan data independen yang umumnya diwakili dalam bentuk persentase.¹⁶

¹⁶ Ibid, 28.