

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara teratur, sistematis dan terkendali melalui serangkaian langkah-langkah yang terstruktur. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yang menekankan pemeriksaan data angka atau numerik dengan menggunakan analisis metode statistik. Untuk menunjukkan hubungan antara variabel, teori, dan hipotesis yang telah dirumuskan, sehingga dapat memperoleh kesimpulan berdasarkan hasil analisis dibuat.³⁵

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh atau tidak antara variabel X (motivasi) dengan variabel Y (keputusan pembelian) mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kediri angkatan 2021 pada *E-commerce* Tiktok Shop.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, yang terletak di jalan Sunan Ampel No. 7, Ngronggo, Kecamatan Kota, Kota Kediri, Provinsi Jawa Timur dengan kode pos 64127. Studi ini ditujukan kepada mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kediri Angkatan 2021 yang memanfaatkan platform *e-commerce* TikTok.

³⁵ Limas Dosi, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 58.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian membuat kesimpulan.³⁶ Populasi yang dalam penelitian ini, yaitu mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kediri Angkatan 2021 yang pernah melakukan pembelian online melalui *e-commerce* Tiktok Shop dengan jumlah total sebanyak 70 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang karakteristiknya akan dianalisis.³⁷ Sampel adalah sebagian bagian dari populasi yang dipilih dengan menggunakan metode tertentu. Dalam penelitian ini, digunakan teknik sampling jenuh, yaitu metode di mana seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel, sehingga setiap responden memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dalam penelitian.³⁸ Oleh karena itu, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 70 responden.

D. Variabel Penelitian

Variabel dapat didefinisikan sebagai konsep atau karakteristik yang memiliki nilai yang berbeda pada setiap individu atau objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yang digunakan yaitu motivasi

³⁶ Zuraidah, *Statistik Deskriptif, Cet 2* (Kota Kediri: IAIN Kediri Press, 2023), 26.

³⁷ Ibid.

³⁸ Bambang Sudaryana, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2021).

(X) sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat.

a. Variabel *Indevenden* (variabel bebas)

Variabel *indeviden* (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab akibat munculnya variabel lain.³⁹ Variabel bebas dalam penelitian ini adalah motivasi (X).

b. Variabel *Dependen* (variabel terikat)

Variabel *dependen* atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi dampak adanya variabel bebas.⁴⁰ Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional didasarkan pada karakteristik yang dapat dilihat. Sehingga dapat digunakan untuk menentukan alat ukur yang tepat dalam penelitian. Dengan cara yang tidak langsung, definisi operasional itu akan menunjukkan metode pengumpulan data yang sesuai atau merujuk pada cara menilai suatu variabel.⁴¹ Definisi variabel operasional menjelaskan bagaimana variabel dapat diukur dan diamati dalam konteks objek yang diteliti.

Definisi operasional ini akan merinci indikator yang akan dijadikan pedoman dalam pembuat pertanyaan dalam kuesioner penelitian. Berikut

³⁹ Fitriani Elok, *Statistika Untuk Ekonomi Dan Bisnis* (Tulungagung: Akademia Pustaka, 2021), 4.

⁴⁰ Ibid.

⁴¹ Abd Mukhid, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (Surabaya: CV Jakad Media Publising, 2021), 67.

definisi operasional variabel dalam penelitian ini yaitu variabel (X) Motivasi dan variabel (Y) adalah keputusan pembelian.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Motivasi (X)

Variabel Penelitian	Indikator Penelitian
Motivasi (X)	a. Belanja adalah hal yang menarik. b. Belanja untuk melawan kebosanan. c. Belanja untuk mengikuti trend terbaru. d. Belanja untuk berinteraksi dengan orang lain e. Belanja saat ada diskon atau harga yang murah.

Sumber: Indikator Motivasi Menurut Christina Whidya Utami, 2010.

Berikut adalah penjelasan operasional untuk variabel keputusan pembelian (Y) yang diterapkan dalam studi ini.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel Penelitian	Indikator Penelitian
Keputusan Pembelian (Y)	a. Pengenalan masalah b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Kepuasan pembelian e. Perilaku paska pembelian

Sumber: Indikator Keputusan Pembelian Menurut Kotler & Amstrong

F. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dalam studi ini mencakup data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang berkaitan langsung dengan objek penelitian. Pada penelitian ini mencakup hasil kuesioner. Kuesioner adalah serangkaian pertanyaan yang disusun dibuat oleh peneliti, yang kemudian diajukan kepada responden untuk mendapatkan jawaban yang dapat

membantu menyelesaikan permasalahan penelitian.⁴² Di sisi lain, data sekunder adalah informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari subjek penelitian. Metode pengumpulan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yakni dari buku referensi, jurnal, literatur, serta contoh penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang diteliti.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah perangkat yang digunakan untuk mengukur fenomena yang akan diteliti. Dalam studi ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner atau angket yang mengandung sejumlah pertanyaan terstruktur untuk mendapatkan data dari responden dengan skala *likert*. Skala *likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur pendapat orang atau sekelompok orang tentang fenomena social.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah tahap yang penting dalam penelitian yang bertujuan untuk menginterpretasikan dan menyusun data yang telah diperoleh dari lapangan.⁴³ Analisis data dilakukan untuk memahami hubungan antara motivasi dan keputusan pembelian. Proses berikut dilakukan oleh peneliti:

- a. *Editing* (pemeriksaan) pada tahap ini, peneliti akan meninjau kembali data yang telah di input oleh responden. Langkah ini diambil untuk memastikan tidak terdapat kesalahan atau informasi yang tidak

⁴² Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian , Cet 1* (Yogyakarta: SUKA Press, 2021), 98.

⁴³ Abdul Aziz dan Edi Cahyono, *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Pendekatan Kuantitatif* (Yogyakarta: LaksBang PRESSindo, 2021), 68.

- memenuhi kriteria yang ditetapkan. Jika ditemukan ketidaksesuaian, data tersebut dapat diperbaiki atau dikumpulkan ulang agar tetap akurat.
- b. *Coding* (pengkodean data) setelah pemeriksaan data selesai, tahap berikutnya adalah melaksanakan pengkodean pada data. Pengkodean ini dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:
 1. Variabel Bebas, Yaitu Motivasi diberi kode X.
 2. Variabel Terikat, Yaitu Keputusan Pembelian diberi kode Y.
 - c. *Scoring* (penilai data) adalah proses pemberian nilai pada data mentah dari kuesioner agar dapat dengan mudah dibaca oleh sistem. Setiap jawaban diberi skor tertentu sesuai dengan kategori yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini, penilaian dilakukan sebagai berikut: Skor 1 untuk Sangat Tidak setuju (STS), Skor 2 untuk Tidak Setuju (TS), Skor 3 untuk Netral (N), Skor 4 untuk Jawaban Setuju (S) dan Skor 5 untuk Jawaban Sangat Setuju (ST).
 - d. *Tabulation* adalah sebuah proses penempatan data yang dilakukan oleh peneliti, yang kemudian disusun menjadi tabel yang lebih mudah dipahami. Tabulasi dapat dilakukan dengan mengumpulkan semua skor yang diperoleh dari hasil penelitian.
 - e. *Procesing* adalah proses data secara statistik dengan menginput informasi yang telah ditabulasi ke dalam aplikasi pengolah data. Dalam studi ini, peneliti menggunakan SPSS (*Statistical Program For*

Special Science) yang membantu dalam menganalisis data dengan metode beriku:⁴⁴

1) Uji Validitas dan Realibilitas

a) Uji Validasi

Uji validasi menunjukan kemampuan alat pengukur untuk mengukur objek. Tujuan dari pengujian untuk menetapkan apakah kuesioner yang diterapkan memiliki validasi atau tidak, dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} terhadap r_{tabel} .

Kriteria untuk validitas:

- 1) Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan valid.
- 2) Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah mengukur tingkat stabilitas atau konsistensi hasil yang diperoleh dari suatu alat ukur. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS dengan rumus *Cronbach's Alpha*, yaitu sebagai berikut:⁴⁵

$$r_{11} \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum b^2}{a^2} \right\}$$

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ Adolf. O. S. Lunalu, "Pengaruh Produk, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Riko," *Jurnal Ekonomi* 18, no. 1 (2018), 50.

Keterangan:

r_{11} = koefisien reabilitas

k = banyaknya item dan tes

$\sum_b^a 2$ = varian skor tes

$a \frac{2}{1}$ = varian total

2) Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode analisis data yang bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan karakteristik data yang telah dikumpulkan, sehingga informasi yang diperoleh menjadi lebih dapat dipahami dan diinterpretasikan. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan nilai mean, nilai maksimum, dan nilai minimum dari masing-masing variabel, yaitu variabel motivasi (X) dan variabel keputusan pembelian (Y). Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai distribusi data serta kecenderungan responden terhadap masing-masing variabel. Analisis ini juga penting untuk memastikan bahwa data dari sampel yang digunakan telah memenuhi syarat sebagai representasi dari populasi yang diteliti.

3) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah variabel yang dianalisis mengikuti distribusi normal atau tidak berdistribusi normal.⁴⁶ Dalam studi ini, uji normalitas data dilakukan menggunakan perangkat lunak pengolahan data IBM SPSS dengan metode *one sample Kolmogorov-Smirnov*.

Kriteria pengujian:

- 1) Jika nilai signifikansi adalah 5% atau $> 0,05$ maka data dianggap terdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data dianggap tidak terdistribusi normal.

b) Uji Heteroskedastisitas⁴⁷

Uji ini diterapkan untuk menentukan apakah terdapat pelanggaran terhadap asumsi klasik. Heterosdastisitas adalah kondisi di mana variasi sisi tidak seragam antar pengamatan. Metode untuk mengidentifikasi keberadaan heterosdakstisitas dalam suatu model dapat diamati melalui pola gambar *scatter plot*. Kriteria alasannya adalah:

⁴⁶ Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2019), 322.

⁴⁷ Ibid.

- 1) Jika titik-titik pada *scatter plot* membentuk pola tertentu, seperti menyempit, bergelombang, melebar lalu maka ini menunjukkan adanya heteroskedastisitas.
- 2) Jika titik-titik tersebar secara acak, tanpa membentuk pola tertentu, serta tersebar di atas dan di bawah 0 sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.⁴⁸

c) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kesalahan pada periode t dalam model regresi linier dan kesalahan pada periode t yang sebelumnya. Keberadaan autokorelasi dapat mengindikasikan bahwa model regresi memiliki kelemahan dalam menjelaskan variabel dependen dan independen, sedangkan tidak ditemukannya autokorelasi menunjukkan bahwa model regresi memiliki performa yang lebih baik dan reliabel. Dalam penelitian ini, pengujian autokorelasi dilakukan dengan menggunakan statistik *Durbin Watson* melalui bantuan perangkat lunak SPSS. Berdasarkan pendapat Singgih Santoso (2017), interpretasi nilai Durbin-Watson dibagi menjadi tiga kriteria, yaitu: nilai D-W

⁴⁸ Imam Gozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS* (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2019), 191.

dibawah -2 menunjukkan adanya indikasi autokorelasi positif, nilai D-W diantara -2 sampai 2 berarti mengindikasikan tidak terdapat autokorelasi, dan nilai D-W diatas 2 berarti menunjukkan adanya autokorelasi negatif.

4) Analisis Korelasi

Analisis korelasi merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengukur tingkat hubungan antara dua variabel, yaitu variabel X dan variabel Y. Dalam penelitian ini, digunakan koefisien korelasi Pearson (r) sebagai alat analisis untuk mengetahui seberapa kuat keterkaitan antara kedua variabel tersebut. Koefisien ini memberikan informasi mengenai arah hubungan serta kekuatan hubungan antara variabel X dan Y. Semakin mendekati nilai +1, maka hubungan antar variabel semakin kuat, sedangkan nilai mendekati 0 menunjukkan hubungan yang lemah atau tidak signifikan. Menurut Sugiyono (2015), sebagaimana dikutip oleh Gunawan, terdapat pedoman untuk menginterpretasikan tingkat keeratan hubungan antara variabel berdasarkan nilai koefisien korelasi adalah sebagai berikut :

- a $0,00 - 0,199$ = hubungan sangat lemah
- b $0,20 - 0,399$ = hubungan lemah
- c $0,40 - 0,599$ = hubungan sedang
- d $0,60 - 0,799$ = hubungan kuat

e $0,80 - 1,000 =$ hubungan sangat kuat

5) Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana berfungsi untuk menentukan seberapa efektif variabel X dalam menjelaskan variabel Y. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat di antara kedua variabel tersebut. Di bawah ini adalah model persamaan regresi linier sederhana:⁴⁹

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (*dependen*)

X = Variabel bebas (*independen*)

a = konstanta Y jika X = 0

b = koefisien regresi

6) Uji Hipotesis (Uji T)

Uji t merupakan salah satu metode statistic yang digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh persial antara variabel motivasi (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dalam suatu model regresi.⁵⁰ Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel motivasi secara persial berpengaruh terhadap

⁴⁹ Febrina Sari, *Metodelogi Dalam Pengambilan Keputusan, Cet 1* (Yogyakarta: Budi Utami, 2018), 48.

⁵⁰ Ibid., 41.

variabel keputusan pembelian. Pengujian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Apabila nilai signifikansi yang dihasilkan kurang dari 0,005, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai signifikan lebih besar dari 0,005, maka variabel motivasi dianggap tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

7) Uji Determinasi (r^2)

Uji determinasi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Nilai koefisien determinasi adalah

- a. Jika $r^2 = 0$, berarti variabel independen tidak memiliki pengaruh sama sekali terhadap variabel dependen.
- b. Jika r^2 mendekati 1, berarti variabel independen sangat berpengaruh terhadap variabel dependen.