

BAB 3

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian pada dasarnya merupakan suatu kegiatan untuk memperoleh data atau informasi yang berguna untuk mengetahui sesuatu, untuk memecahkan persoalan atau untuk mengembangkan ilmu pengetahuan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Secara historis, penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹

B. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri yang beralamat di Jalan Sunan Ampel, Nomor 7, Kota Kediri.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 11

C. Definisi Operasional Variabel

a. Variabel bebas (Independen)

Variabel bebas (independent) adalah variabel yang diduga mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (dependen).² Variabel dalam penelitian ini adalah Motivasi (X). Variabel Motivasi (X) ini diukur dengan menggunakan indikator-indikator produk, harga, pelayanan, dan lokasi.

b. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat (dependen) merupakan variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel lain.³ Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). variabel keputusan pembelian (Y) ini diukur dengan menggunakan indikator-indikator pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.⁴ Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar angket yang berisi pertanyaan dengan skala *likert*. Skala *likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur pendapat orang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Didalam penelitian ini

² Safudin Azwar, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hlm. 62

³ Ibid, hlm. 62

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, hlm. 148

terdapat pertanyaan positif (*favourable*) maupun negative (*unfavourable*).

Skala tersebut menggunakan kategori seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1
Kategorisasi Angket

Respon	Skor <i>Favourable</i>	Skor <i>Unfavourable</i>
SS (Sangat Setuju)	5	1
S (Setuju)	4	2
KS (Kurang Setuju)	3	3
TS (Tidak Setuju)	2	4
STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber: Olah Data Peneliti 2020

Peneliti memberikan lima kategori yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Penilaian item *favourable* pada skala akan diberikan skor bagi pilihan jawaban a=5, b=4, c=3, d=2, dan e=1. Sebaliknya pada item *unfavourable* maka respon negatif diberi skor yang lebih tinggi, yaitu a=1, b=2, c=3, d=4, dan e=5. Pernyataan yang akan digunakan adalah pernyataan tertutup yang dimana alternative jawaban responden telah disediakan oleh peneliti. Pernyataan tertutup membantu responden untuk menjawab dengan cepat, dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang telah terkumpul.

Variabel motivasi didalam penentuan indikator didalam instrument penelitian menggunakan teori Engel, Blackwell dan Miniard dengan sub variabel antara lain produk, harga, pelayanan, dan lokasi.⁵ Sedangkan dalam

⁵ James F. Engel, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 2004), hlm. 86

variabel keputusan pembelian didalam menentukan indikator instrument menggunakan teori Kotler dengan sub variabel antara lain pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.⁶ Berikut merupakan *blueprint* dari skala variabel motivasi dan variabel keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	No. Item		Jumlah
		<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
Motivasi	Produk	1,2	3,4	4
	Harga	5,6	7,8	4
	Pelayanan	9,10	11,12	4
	Lokasi	13,14	15,16	4
Keputusan Pembelian	Pengenalan Kebutuhan	17,18	19,20	4
	Pencarian Informasi	21,22	23,24	4
	Evaluasi Alternatif	25,26	27,28	4
	Keputusan Pembelian	29,30	31,32	4
	Perilaku Pascapembelian	33,35	35,36	4
Jumlah		18	18	36

Sumber: Wakhid Hayah Tuddin, *Skripsi UIN Maulana Malik Ibrahim*⁷

⁶ Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 178

⁷ Wakhid Hayah Tuddin, *Hubungan Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian Produk Motor Merek Yamaha di Kecamatan Tanggulangin Sidoarjo*, Skripsi, (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2015)

E. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

a. Jenis Data

Data merupakan unit informasi yang direkam media dapat dibedakan dengan media lain, dapat dianalisis dan relevan dengan problem tertentu.⁸

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya.⁹ Dalam penelitian ini sumber data primernya diperoleh langsung dari penyebaran daftar pertanyaan kepada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri tahun angkatan 2018.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh melalui wawancara kepada pihak lain melalui objek dan subjek yang akan diteliti dan mempelajari dokumen-dokumen tentang subjek dan objek untuk diteliti.¹⁰ Untuk memperoleh data sekunder, peneliti mengambil sejumlah buku, brosur, informasi *website*, dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian.

b. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian yang paling penting dalam metode ilmiah. Pelaksanaan pengumpulan data dalam sebuah penelitian

⁸ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm. 81

⁹ Marzuki, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: UII Press, 1991), hlm. 55

¹⁰ Ibid, hlm. 55

harus sesuai dengan metode yang telah direncanakan dan target data yang diperoleh harus sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Data yang baik merupakan keharusan dari suatu penelitian untuk mendapatkan hasil yang dapat dipercaya.¹¹

Didalam metode pengumpulan data ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan suatu objek dengan sistematika sesuai dengan fenomena yang diselidiki.¹²

2. Kuesioner

Kuesioner atau disebut juga angket adalah Teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Angket adalah sebuah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal yang diketahui.¹³

3. Studi Literatur

Studi literatur merupakan Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi tentang teori dan konsep yang erat hubungannya dengan permasalahan yang diteliti.¹⁴ Teori dan konsep dalam penelitian ini terkait dengan pengertian motivasi, *e-commerce*, perilaku konsumen, dan keputusan pembelian.

¹¹ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, hlm. 19

¹² Ibid, hlm. 19

¹³ Suharsimi Arikunto, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), hlm. 194

¹⁴ Ibid, hlm. 197

F. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁵ Jadi populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri yang pernah melakukan pembelian produk melalui *e-commerce* Shopee. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu sebesar 373 mahasiswa aktif.

b. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi atau sejumlah penduduk yang jumlahnya kurang dari populasi.¹⁶ Dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.¹⁷ Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, hlm. 61

¹⁶ Ibid, hlm. 63

¹⁷ Ibid, hlm. 82

pertimbangan tertentu.¹⁸ Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penulis memilih teknik *purposive sampling* yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan.

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel yaitu harus yang memenuhi kriteria tertentu. Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu:

1. Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri tahun angkatan 2018.
2. Mahasiswa yang pernah melakukan pembelian *online*
3. Mahasiswa yang melakukan pembelian *online* melalui *e-commerce* Shopee.

Tabel 3.3
Hasil *Purposive Sampling*

Kriteria Sampel	Jumlah
Jumlah Mahasiswa ES IAIN Kediri tahun angkatan 2018.	373
Pengurangan sampel kriteria 1: Mahasiswa yang tidak pernah melakukan pembelian <i>online</i> .	(109)
Pengurangan sampel kriteria 2: Mahasiswa yang tidak melakukan pembelian <i>online</i> melalui <i>e-commerce</i> Shopee.	(180)
Total Sampel	84

Sumber: Olah Data Peneliti 2020

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, hlm. 85

Dengan demikian maka dari jumlah populasi 373 diperoleh sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling* sebesar 84 sampel penelitian dan dianggap telah mewakili populasi yang ada.

G. Validitas dan Realibilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan.¹⁹ Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.²⁰ Pengujianya dilakukan secara statistic, yang dapat dilakukan secara manual atau dukungan komputer dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

b. Uji Realibilitas

Uji realibilitas berguna untuk menetapkan apakah instrument yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama.²¹ Instrument yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama.²²

¹⁹ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, hlm. 166

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, hlm. 172

²¹ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, hlm. 168

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, hlm. 172

H. Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah pengelolaan data telah selesai, analisis data merupakan suatu langkah yang sangat kritis dalam penelitian. Peneliti harus memastikan pola statistik yang akan digunakan, apakah analisis statistik ataukah non statistik.²³

a. Statistik Deskripsi

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi suatu data yang dilihat dari rata-rata, standar deviasi, modus, maksimum dan minimum. Hal ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan dari sampel yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian.²⁴

b. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, agar data sampel yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pengujian meliputi:

1. Uji Normalitas Data

Penggunaan statistik mensyaratkan bahwa setiap variabel yang akan dianalisis haruslah berdistribusi normal. Oleh karena itu, sebelum melakukan pengujian hipotesis maka terlebih dahulu akan dilakukan pengujian normalitas data. Didalam uji normalitas data, suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang

²³ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2005), hlm. 95

²⁴ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT. Bumi Angkasa, 2004), hlm. 42

menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.²⁵

2. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi (kemiripan) antar variabel independen.²⁶ Kemiripan antar variabel independent akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial pada tiap variabel independent terhadap variabel dependen dengan melihat apabila nilai VIF (*variance inflation factor*) diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolineritas.²⁷

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya.²⁸ Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot model* tersebut. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Analisis pada gambar *scatterplot model* yang menyatakan model regresi linear berganda tidak dapat heteroskedastisitas jika:²⁹

²⁵ Buono Agung Nugroho, *Strategi Jitu: Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), hlm. 57

²⁶ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, hlm. 177

²⁷ Wiratama Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hlm. 185

²⁸ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, hlm. 178

²⁹ Ibid, hlm. 143

- a) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0
 - b) Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
 - c) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang dan melebar kemudian menyempit dan menyebar kembali.
 - d) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.
4. Uji Autokorelasi

Salah satu asumsi regresi linear adalah tidak terdapatnya autokorelasi. Autokorelasi adalah korelasi antara sesama urutan pengamatan dari waktu ke waktu.³⁰ Untuk mengetahui apakah terjadi autokorelasi dapat digunakan pendekatan D-W (*Durbin Watson*). Menurut Singgih Santoso kriteria autokorelasi ada 3 D-W, nilai dibawah -2 berarti diindikasikan ada autokorelasi positif, nilai D-W diantara -2 sampai 2 berarti diindikasikan tidak ada autokorelasi, dan nilai D-W diatas 2 berarti diindikasikan ada autokorelasi negatif.³¹

c. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)

Uji F merupakan uji signifikansi yang menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel

³⁰ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, hlm. 143

³¹ Buono Agung Nugroho, *Strategi Jitu: Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*, hlm.

motivasi terhadap keputusan membeli produk. Yang mana, jika nilai signifikansi $f < 0,1$ maka dapat dinyatakan bahwa variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikansi terhadap variabel terikat.³²

2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji-t)

Uji-t digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Jika nilai t -hitung $>$ t -tabel maka dapat dinyatakan bahwa variabel bebas secara individual berpengaruh positif terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikansi $t < 0,10$ maka dapat dinyatakan bahwa variabel bebas secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.³³

³² Agus Widarjono, *Ekonometrika Teori dan Aplikasi Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Ekonsia, 2005), hlm. 177

³³ Ibid, hlm. 182

