

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik. Adapun pengertian lain mengenai metode kuantitatif adalah, penelitian sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena, dengan tujuan mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori, dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.<sup>34</sup> Pendekatan ini digunakan peneliti untuk mengetahui adanya pengaruh *tagline* Shopee 11.11 *big sale* terhadap keputusan pembelian, dengan menggunakan responden mahasiswa IAIN Kediri.

Dalam penelitian ini, menggunakan dua variabel yaitu, variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Para ahli mendefinisikan variabel penelitian sebagai suatu atribut, sifat atau aspek dari orang maupun obyek yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.<sup>35</sup> Adapun penjabaran untuk setiap variabel, sebagai berikut :

---

<sup>34</sup> Dr. Limas Dodi, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu)2015, 55.

<sup>35</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta), 2005, 2.

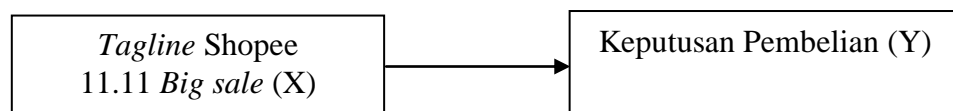
- Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas (*Independent*), yang disimbolkan dengan huruf X adalah variabel yang menjadi sebab atau memengaruhi variabel lain (variabel *dependent*). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *tagline* Shopee 11.11 *big sale*.

- Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat yang disimbolkan dengan huruf Y adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas).<sup>36</sup> Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Jika digambarkan dalam skema antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu seperti dibawah ini :



Keterangan Tanda :

→ = Memengaruhi

---

<sup>36</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta) 2005, 10.

- Definisi Operasional

Tabel 3.1  
Definisi Operasional

Variabel	Sub-Variabel	Indikator	Instrumen Pernyataann
<i>Tagline</i> Shopee 11.11 <i>Big sale</i> (X)	<i>Familiarity</i> (Keakraban)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Tagline</i> singkat dan mudah diingat</li> <li>• Menggunakan bahasa yang jelas, mudah dibaca dan dimengerti</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya mengetahui <i>tagline</i> Shopee 11.11 <i>big sale</i></li> <li>2. Saya mudah mengingat <i>tagline</i> yang dibuat Shopee</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Tagline</i> Shopee 11.11 <i>big sale</i> menggunakan kata-kata yang mudah saya ingat</li> <li>2. <i>Tagline</i> Shopee 11.11 <i>big sale</i> menggunakan kata yang mudah saya pahami</li> </ol>
	<i>Differentiation</i> (Perbedaan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kreatif</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Tagline</i> Shopee 11.11 <i>big sale</i> bisa menarik perhatian saya</li> </ol>
	<i>Message Of Value</i> (Pesan atau Nilai)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menawarkan solusi terhadap isu-isu tertentu</li> <li>• Disusun dengan kalimat yang deskriptif yang menghidupkan pesan dan menambahkan makna yang mendalam.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promosi yang disampaikan pada <i>tagline</i> Shopee 11.11 <i>big sale</i> dapat memberikan kesan terhadap saya</li> <li>2. <i>Tagline</i> Shopee 11.11 <i>big sale</i> sesuai dengan apa yang saya harapkan</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Tagline</i> Shopee 11.11 <i>big sale</i> yang disampaikan oleh Shopee sesuai dengan manfaat yang saya terima</li> </ol>
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Masalah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivasi</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya selalu mempertimbangkan keuangan saya sebelum membeli</li> </ol>

	Pencarian Informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivasi</li> <li>• Persepsi</li> <li>• Proses belajar</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya sering melihat <i>tagline</i> Shopee dan tertarik untuk mengunjungi aplikasinya</li> <li>1. Saya tahu berbagai media yang digunakan untuk promosi Shopee</li> <li>1. Saya tidak mendapat hambatan dalam memperoleh informasi tentang Shopee</li> </ol>
	Evaluasi Alternatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivasi</li> <li>• Persepsi</li> <li>• Proses belajar</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya lebih suka menggunakan aplikasi Shopee daripada aplikasi belanja yang lainnya</li> <li>2. Saya belanja di Shopee karena mengetahui banyak diskon didalamnya</li> <li>1. Saya membeli di Shopee karena mengetahui banyaknya promosi yang dilakukan Shopee diberbagai media</li> <li>2. Menurut saya Shopee memiliki produk-produk dengan harga termurah dibandingkan <i>e-commerce</i> lainnya</li> <li>3. Shopee memiliki pengguna paling banyak sehingga saya lebih tertari belanja menggunakan Shopee daripada <i>e-commerce</i> lainnya</li> <li>1. Saya akan melihat pembelian terbanyak dari sebuah produk sebelum membeli</li> </ol>
	Keputusan Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persepsi</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya akan membeli produk yang ada di Shopee sesuai dengan keinginan saya</li> <li>2. Saya sudah pernah melakukan pembelian di Shopee</li> </ol>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proses belajar</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya membeli di Shopee karena adanya pengalaman positif setelah membeli</li> </ol>
	Perilaku Pasca Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persepsi</li> <li>• Proses belajar</li> <li>• Kepercayaan dan sikap</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya akan memberikan penilain buruk ketika barang yang saya beli tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan</li> <li>2. Saya akan memberikan <i>review</i> atau penilaian setelah membeli di Shopee sesuai dengan barang yang telah saya terima</li> <li>1. Saya akan merekomendasikan membeli di Shopee kepada keluarga dan teman</li> <li>2. Jika saya akan membeli sebuah produk lagi saya tetap akan membandingkan produk yang ada di Shopee dengan <i>e-commerce</i> lainnya</li> <li>1. Saya akan merekomendasikan membeli di Shopee karena saya merasa puas sesudah saya membeli produk di dalamnya</li> <li>2. Saya merasa puas setelah membeli di Shopee</li> <li>3. Saya akan melakukan pembelian ulang melalui Shopee</li> </ol>

Sumber : Diolah oleh peneliti

## B. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi berasal dari bahasa Inggris *population* yang artinya jumlah penduduk. Populasi dalam sebuah penelitian mencakup keseluruhan objek dari apa yang akan diteliti, populasi diperlukan untuk menentukan karakteristik objek yang akan diambil menjadi sebuah sampel, sehingga perhitungan dalam penelitian dapat lebih terperinci dan menghemat waktu, tenaga serta biaya.<sup>37</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa perempuan di IAIN Kediri. Peneliti membatasi populasi mulai dari mahasiswa angkatan 2017 - 2020 yang terdiri dari empat Fakultas. Jumlah totalnya adalah 10.019 mahasiswa, dengan rincian 3.788 mahasiswa laki-laki dan 6.231 mahasiswa perempuan, yang terdiri dari Fakultas Ushuluddin dan Dakwah 1.020 mahasiswa laki-laki dan 2.816 mahasiswa perempuan, Fakultas Tarbiyah 1.703 mahasiswa laki-laki dan 2.961 mahasiswa perempuan, Fakultas Syari'ah 470 mahasiswa laki-laki dan 1.190 mahasiswa perempuan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 593 mahasiswa laki-laki dan 2.043 mahasiswa perempuan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini hanya mahasiswa perempuan dengan jumlah total 6.229 mahasiswa.

### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang akan diteliti.

Menurut Sugiono, sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang

---

<sup>37</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 80.

dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>38</sup> Pengambilan sampel harus sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan dalam penelitian tidak boleh sembarangan, selain itu pengambilan sampel yang tepat akan efektif terhadap penggunaan dana, waktu, dan tenaga yang akan digunakan.<sup>39</sup> Untuk menentukan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% sehingga tingkat kepercayaan 90%. Serta menggunakan teknik pengambilan sampel *stratified random sampling* dengan perhitungan sebagai berikut :

Keterangan Rumus :

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

$n$  : Ukuran Sampel

$N$  : Ukuran Populasi

$e$  : Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditoleri atau diinginkan 10% atau 0,10

Dengan rumus di atas diperoleh perhitungan :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N \cdot e^2} \\ &= \frac{6.229}{1 + 6.229 \cdot (0.1)^2} \\ &= 98,4 \end{aligned}$$

= dibulatkan menjadi 98 responden

Dengan demikian jumlah yang didapat dari perhitungan di atas adalah 98,4 dan dibulatkan menjadi 98 responden yang diambil dari mahasiswa perempuan IAIN Kediri. Setelah itu untuk mendapatkan

<sup>38</sup> Limas Dodi, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu)2015, 131.

<sup>39</sup> Azuar Zuliandi & Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, ( Bandung: Cita Pustaka Media Perintis, 2014), .59.

jumlah sampel disetiap fakultas, maka dihitung menggunakan rumus sampel berstrata seperti berikut:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \cdot n$$

$N_i$  : Jumlah populasi menurut staratum

$N$  : jumlah populasi seluruhnya

$n_i$  : jumlah sampel menurut stratum

$n$  : jumlah sampel seluruhnya

Sehingga didapatkan hasil seperti yang terlihat pada tabel 3.2, dengan jumlah sampel Fakultas Ushuluddin dan Dakwah 28 responden, Fakultas Tarbiyah 36 responden, Fakultas Syari'ah 11 responden, dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 23 responden.

Tabel 3.2  
Jumlah Sampel

No	Fakultas	Populasi	Sampel
1.	Ushuluddin dan Dakwah	1.796	28
2.	Tarbiyah	2.265	36
3.	Syari'ah	720	11
4.	Ekonomi dan Bisnis Islam	1.450	23
<b>Jumlah</b>		6.229	98

Sumber : Data Diolah oleh Peneliti

### C. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data, sumber data adalah darimana data itu diperoleh, terdapat dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah, data yang didapat oleh tangan pertama atau peneliti harus menggali sendiri data tersebut dengan terjun ke lapangan dan melibatkan responden. Sedangkan data sekunder merupakan data atau informasi yang sudah



tersedia dan peneliti bisa menggunakan atau mengumpulkan data tersebut.<sup>40</sup> Dalam penelitian ini, menggunakan berbagai data yang relevan. Peneliti mendapatkan data primer dengan terjun ke lapangan langsung, selain itu peneliti juga menggunakan data sekunder yang didapat melalui buku, jurnal, web, dan sumber lainnya sebagai penunjang data penelitian yang dibutuhkan.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah menggunakan metode survei dengan menyebarkan angket atau kuesioner pada sampel yang telah ditentukan. Dari angket, diharapkan mampu memperoleh tanggapan mahasiswa perempuan terkait pengaruh *tagline* 11.11 *big sale* terhadap keputusan pembelian. Selain penyebaran angket, pengumpulan data juga didukung dengan dokumentasi, peneliti juga membaca, dan mempelajari buku, artikel, web, atau jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### **D. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Jumlah instrumen penelitian tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan untuk diteliti.<sup>41</sup> Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert untuk mengukur jawaban dari kuesioner penelitian.

---

<sup>40</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 129.

<sup>41</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2009), 148.

Menurut Rachmat Kriyanto skala likert adalah setiap pernyataan atau pertanyaan yang dihubungkan dengan penelitian ini, sumber data diberi jawaban yang berupa dukungan atau pernyataan sikap yang diungkapkan dengan kata sangat setuju (SS), setuju (S), ragu-ragu (R), tidak setuju (ST), dan sangat tidak setuju (STS).<sup>42</sup> Adapun bobot dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3  
Skor Skala Likert

Pernyataan	Bobot Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Ragu-Ragu	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber : Teknik Praktis Riset Komunikasi

#### 1. Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah, suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument.<sup>43</sup> Sebuah instrumen dikatakan valid apabila instrumen itu mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Uji ini digunakan dengan bantuan perhitungan SPSS versi 26.0.

Ketentuan pengujian validitas adalah  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  (dengan melihat taraf signifikan penelitian, sebesar 5% atau 0,05

<sup>42</sup> Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Pranada Media Group, 2006), hlm. 95

<sup>43</sup> Suharsimi Arikunto, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Rineka Cipta), 2002, 14.

dari jumlah responden, barulah kita mendapatkan nilai  $r_{tabel}$ ). Maka didapat kriteria pengujiannya adalah jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir pertanyaan valid, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka butir pertanyaan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas adalah, alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan/ Pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Manfaat melakukan uji reliabilitas, untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar handal dan mengukur apa yang ingin diketahui oleh peneliti. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai ( $\alpha$ )  $> 0,60$ .<sup>44</sup>

## 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X (*Tagline Shopee 11.11 Big sale*)

Untuk menentukan besarnya nilai  $r_{tabel}$  dengan ketentuan  $df = n-2$  atau  $df = 98-2$ , sehingga didapat  $r_{hitung}$  sebesar 96 dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, didapat nilai  $r_{tabel}$  (0.1986).

---

<sup>44</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Ke Empat*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro), 2006, 45.

Tabel 3.4  
Hasil Uji Validitas Vaarialbel X (*Tagline* Shopee 11.11 *Big Sale*)

Variabel	Item	Person Corellation ( <i>rhitung</i> )	<i>Rtabel</i> (Signifikansi 0,05)	Keterangan
<i>Tagline</i> Shopee 11.11 <i>Bigsale</i>	Q1	0.686	0.1986	Valid
	Q2	0.754	0.1986	Valid
	Q3	0.787	0.1986	Valid
	Q4	0.798	0.1986	Valid
	Q5	0.735	0.1986	Valid
	Q6	0.788	0.1986	Valid
	Q7	0.699	0.1986	Valid
	Q8	0.665	0.1986	Valid

Sumber : *Output* SPSS versi 26.0

Dari hasil perhitungan SPSS, dapat dilihat pada tabel 3.4, bahwa hasil kuesioner variabel X yang berjumlah 8 butir pernyataan, semua pernyataan memenuhi persyaratan sehingga dinyatakan valid.

Tabel 3.5  
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (*Tagline* Shopee 11.11 *Big Sale*)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.881	8

Sumber : *Output* SPSS versi 26.0

Hasil dari *Output* SPSS, menunjukkan tabel *reliability statistics* yang terlihat sebagai *Cronbah's Alpha*  $0.881 > 0.60$ . Dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang berjumlah 8 butir pernyataan untuk variabel X adalah sangat reliable.

#### 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Tabel 3.6  
Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Variabel	Item	Person Corellation ( <i>rhitung</i> )	<i>rtabel</i> (Signifikansi 0,05)	Keterangan
Proses Keputusan Pembelian	Q1	0.361	0.1986	Valid
	Q2	0.554	0.1986	Valid
	Q3	0.494	0.1986	Valid
	Q4	0.528	0.1986	Valid

Q5	0.714	0.1986	Valid
Q6	0.777	0.1986	Valid
Q7	0.776	0.1986	Valid
Q8	0.608	0.1986	Valid
Q9	0.470	0.1986	Valid
Q10	0.476	0.1986	Valid
Q11	0.556	0.1986	Valid
Q12	0.628	0.1986	Valid
Q13	0.710	0.1986	Valid
Q14	0.400	0.1986	Valid
Q15	0.590	0.1986	Valid
Q16	0.676	0.1986	Valid
Q17	0.405	0.1986	Valid
Q18	0.845	0.1986	Valid
Q19	0.750	0.1986	Valid
Q20	0.794	0.1986	Valid

Sumber : *Output* SPSS versi 26.0

Dari hasil perhitungan SPSS, dapat dilihat pada tabel 3.6, bahwa hasil kuesioner variabel Y yang berjumlah 20 butir pernyataan, semuanya memenuhi persyaratan sehingga dinyatakan valid.

Tabel 3.7  
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.902	20

Sumber : *Output* SPSS versi 26.0

Hasil dari *Output* SPSS, menunjukkan tabel *reliability statistics* yang terlihat sebagai *Cronbah's Alpha*  $0.902 > 0.80$ . dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang berjumlah 20 butir untuk variabel Y adalah sangat reliable.

## E. Analisis Data

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah, uji yang dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi sebaran jawaban subjek pada suatu variabel yang dianalisis. Oleh karena itu sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka terlebih dahulu akan dilakukan pengujian normalitas data. Peneliti menggunakan SPSS 26.0 dalam perhitungan dengan *One Sample Kolmogorov Smirnov*, dasar pengambilan keputusan pada uji ini adalah sebagai berikut:

- a) Jika hasil uji memiliki nilai probabilitas  $> 0,05$  maka data dinyatakan terdistribusi normal.
- b) Jika hasil uji memiliki nilai probabilitas  $< 0,05$  maka data dinyatakan tidak terdistribusi normal.

### 2. Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier merupakan uji kelinieran garis regresi uji ini sebenarnya memiliki dua macan yaitu uji regresi linier sederhana dan uji regresi linier berganda, namun dalam penelitian ini yang digunakan adalah model regresi linier sederhana. Dengan menggunakan variabel (X) *tagline Shopee 11.11 big sale* sebagai variabel bebas (*dependent*) dan (Y) keputusan pembelian sebagai variabel terikat (*independent*). Analisis sederhana berguna untuk mengetahui pengaruh antara variabel *dependent* dengan variabel *independent*.

### 3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $r^2$ ) digunakan untuk mengetahui sampai mana besarnya persentase variasi variabel bebas pada model dapat diterangkan oleh variabel terikat. Dalam perhitungan ini, koefisien determinasi hanya perlu mengkuadratkan hasil  $r$  yang diperoleh dari koefisien korelasi, atau bisa langsung melihat nilai  $r$  square pada tabel model summary. Nilai  $r^2$  (kuadrat) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *independent* dalam menjelaskan variasi variabel *dependent* terbatas, yang berarti variabel-variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependent*.