

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Rancangan penelitian merupakan strategi untuk mengatur dasar penelitian guna memperoleh data sesuai dengan karakter variabel dan tujuan penelitian. Berdasarkan sifat masalah yang diteliti, maka metode yang dipergunakan pada penelitian ini merupakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pengertian penelitian deskriptif kuantitatif berdasarkan Sugiyono (2013:35) yang dikutip (Husniadi, 2021) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, dipergunakan meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data memakai instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu suatu teknik yang digunakan untuk menerima data dari kawasan tertentu yang alamiah (bukan buatan), namun peneliti melakukan pada pengumpulan data, contohnya menggunakan atau mengedarkan kuesioner. Dengan ini pengujian hipotesis memungkinkan akan memperoleh suatu kesimpulan.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

(Sugiyono, 2017:80) yang dikutip (Ningrum, 2019) Mengungkapkan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian

ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian adalah pelanggan di Toko *Online* Wali Motor yang berjumlah 2400 akun. Dalam penelitian ini peneliti mengambil obyek penelitian di Toko *Online* Wali Motor.

Dalam penelitian ini, penentuan estimasi proporsi populasi dilakukan dengan kuesioner dengan kriteria tertentu. Berikut kriteria responden sebagai pertimbangan penentuan estimasi populasi sebagai berikut:

1. Responden berusia di atas 17 tahun. Peneliti mengharapkan responden pada usia ini untuk dapat memberikan data yang akurat dan dapat diverifikasi.
2. Responden telah melakukan komunikasi dengan penjual melalui *chatting* Shopee
3. Responden berbelanja di Toko Shopee Wali Motor.
4. Responden tinggal di Indonesia

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013:116) sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi. Sampel digunakan untuk mewakili anggota dari populasi. Hal ini disebabkan karena tidak mungkin untuk mengambil keseluruhan dari anggota populasi yang diteliti, maka dari itu dibutuhkan sampel untuk mempermudah penelitian. Sampel pada penelitian ini adalah sebagian dari jumlah populasi, dengan melihat judul dan tujuan penelitian maka peneliti memutuskan menggunakan metode pengambilan sampel *purposive sampling*, yaitu teknik yang digunakan untuk mencari jumlah sampel dengan kriteria setidaknya responden pernah chat penjual Wali Motor melalui Shopee dan sudah pernah membeli produk Wali Motor melalui Shopee 1 kali.

Dalam pengambilan sampel responden diasumsikan pengunjung yang melakukan kunjungan dan chat ke penjual Wali Motor melalui Shopee adalah 2400 akun per tahun, dengan menggunakan toleransi kesalahan (*error tolerance*) 10% dari jumlah pengunjung yang melakukan chat kepada penjual Wali Motor melalui Shopee per tahunnya. Rumus sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini dapat dihitung dengan rumus Slovin (1960) sebagai berikut:

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

Keterangan: n = sampel

N = populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Batas Toleransi Kesalahan:

1% = Banyak

5% = Sedang

10% = Sedikit

Penyelesaian

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

$$n = \frac{2400}{1 + 2400 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{2400}{1 + 2400 (0,01)}$$

$$n = 96$$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden minimal adalah 96 responden. Dalam penelitian ini peneliti akan menyebarkan form kuesioner berbentuk *Google form*.

Link google form akan dikirimkan melalui Toko Shopee Wali Motor kepada pembeli yang sebelumnya sudah melakukan komunikasi melalui chat dengan penjual Wali Motor dan pembeli yang telah melakukan pembelian di Toko Shopee Wali Motor. Kemudian responden akan melakukan pengisian *Google form*.

3.3 Obyek dan Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian ini menggunakan jenis sumber data primer yang berasal dari kuesioner yang dikumpulkan dan diolah oleh peneliti. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada seluruh responden Toko Shopee Wali Motor sesuai dengan jumlah perhitungan sampel. Kuesioner dalam penelitian ini didasarkan pada daftar pernyataan yang telah disediakan dalam kuesioner untuk memperoleh informasi mengenai variabel yang ada dalam penelitian ini. Dengan memberikan sejumlah pertanyaan yang perlu diisi oleh responden sesuai dengan pilihan yang tersedia dan variabel yang diteliti.

3.4 Variabel, Operasionalisasi dan Pengukuran

3.4.1 Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel lain, di dalam penelitian ini variabel bebas yang di gunakan adalah Narasi Produk (*copywriting*) (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2)

2. Variabel Terikat (Dependen)

Jenis variabel yang digunakan sebagai faktor yang di pengaruhi oleh satu atau banyak variabel lain, pada penelitian ini variabel terikat nya adalah Keputusan Pembelian (Y)

3.4.2 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Narasi Produk (X1)	<p>Narasi produk adalah salah satu metode penulisan artistik, dan tujuannya adalah untuk mendapatkan respon dari pembaca.</p> <p>Narasi produk (<i>copywriting</i>) yang disajikan di marketplace usahakan mencakup informasi yang berkaitan dengan produk dan jasa yang ada</p> <p>Informasi sebaiknya berguna dan relevan dalam memprediksi kualitas serta kegunaan produk atau jasa.</p> <p>Untuk memuaskan kebutuhan informasi konsumen atau pembeli online, informasi produk dan jasa wajib up-to-date agar membantu pembeli online dalam membuat keputusan, konsisten, dan mudah dipahami</p>	<p>Penyampaian informasi produk atau narasi produk sesuai dengan produk yang diposting.</p> <p>Narasi produk akurat dengan produk.</p> <p>Kelengkapan narasi produk disamakan dengan kondisi produk.</p> <p>Sejauh mana narasi produk secara konsisten dapat memenuhi harapan konsumen yang informasi mengenai produk.</p> <p>Sejauh mana masa waktu narasi produk, narasi produk harus memberikan informasi yang terbaru, karena narasi produk landasan untuk mengambil keputusan.</p>

<p>Kualittas Pelayanan (X2)</p>	<p>Kualitas pelayanan adalah aktivitas,keuntungan, atau kepuasan yang dijual dengan membandingkan Persepsi pelayanan yang diterima konsumen dengan apa yang mereka harapkan dari atribut pelayanan perusahaan. Kualitas pelayanan memiliki pengertian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi adanya interaksi antar konsumen dengan karyawan yang bertugas melayani konsumen tersebut atau hal hal lain yang memang bertujuan untuk memaksimalkan pelayanan dan untuk memudahkan konsumen.</p>	<p>Tangibles (Bukti Fisik) Realibility (Keandalan) Responsiveness (Ketanggapan) Assurance (Jaminan dan Kepastian) Empathy (Rasa Empati)</p>
<p>Keputusan Pembelian (Y)</p>	<p>Keputusan pembelian didefenisikan sebagai tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat</p>	<p>Pengenalan Kebutuhan Konsumen merasa yakin untuk membeli produk Produk di Wali Motor berkualitas dan bermanfaat sehingga saya terbiasa untuk membeli di Wali Motor. Konsumen</p>

	dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.	merekomendasikan produk Wali motor ke orang lain atau teman konsumen. Konsumen merasa puas membeli produk di Wali Motor sehingga akan melakukan pembelian ulang di kemudian hari.
--	---	--

3.4.3 Pengukuran Variabel

Untuk mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala dan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis instrumen kuesioner *Google form* dengan pemberian skor sebagai berikut :

Skala Pengukuran:

Tabel 3.2 Skala Pengukuran

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.5 Metode Pengumpulan Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif diperoleh berdasarkan skor jawaban responden dari *Google form* yang telah disebarakan oleh peneliti.

a. Tahap Persiapan

Pada tahap ini peneliti melakukan persiapan untuk mengumpulkan data dengan menyusun pertanyaan – pertanyaan yang sesuai dengan penelitian untuk menjadi kuesioner dan diajukan kepada responden. Pertanyaan yang disusun terkait dengan variable narasi produk (*copywriting*), kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian.

b. Tahap Pelaksanaan

Di tahap ini peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen *online* Wali Motor yang memenuhi ketiga syarat yang telah disebutkan di atas untuk melakukan pengisian kuisoner terkait dan kemudian mereka akan mengisi sesuai dengan keadaan sebenarnya.

c. Tahap Pengolahan Data

Pada tahap ini data yang telah diperoleh dari hasil kuisoner diolah untuk dijadikan data yang siap dianalisis sesuai dengan data yang digunakan. Data yang dianalisis kemudian digunakan sebagai acuan untuk ditarik kesimpulannya.

3.6 Metode Analisis

3.6.1 Uji Instrumen Penelitian

Untuk mendapatkan data-data yang lengkap diperlukan Instrumen untuk memenuhi syarat yang baik yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji Reliabilitas (*test of reliability*).

3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan seberapa valid suatu instrument penelitian, suatu instrument akan di anggap valid apabila instrumen tersebut mampu menunjukkan data yang tepat dari variabel yang diteliti. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan suatu program statistic SPSS 16.0. Metode uji validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan hasil dari masing masing nilai item dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika r hitung $>$ r tabel (pada taraf signifikan 5%) maka data tersebut dinyatakan valid
- b. Jika r hitung $<$ r tabel (pada taraf signifikan 5%) maka data tersebut dinyatakan tidak valid

3.6.1.2 Uji Realibilitas

Menurut (Ghozali,2013:47) Disamping wajib valid, instrumen penelitian juga harus dianggap (*reliable*) atau untuk mengetahui konsistensi instrument penelitian. Reliabilitas sebenarnya adalah indera untuk mengukur suatu kuesioner yang artinya indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal bila jawaban seorang terhadap pertanyaan atau pernyataan ialah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Maka semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu alat pengukur maka semakin stabil juga alat pengukur tersebut. Pada SPSS 16.0 diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik Cronbach Alpha (α), suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $>$ 0,70 (Agus Prianto, 2019).

Rumus yang digunakan dalam Uji Realibilitas sebagai berikut:

$$\text{Rumus : } r = \frac{\left(\frac{k}{k-n} \right) \left(\frac{1 - \sum ab^2}{at^2} \right)}$$

Keterangan:

r = Realibilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum ab^2$ = Jumlah Varian butir pertanyaan

at² = Varian Total

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan Duwi Priyatno (2014:89), uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas, multikolinearitas, serta heteroskedastisitas pada model regresi. Artinya untuk menguji pada variabel penelitian dalam model regresi untuk mengetahui apakah dalam model variabel dan model regresi nya terjadi kesalahan. Model regresi linear bisa diklaim menjadi model yang baik apabila model tersebut memenuhi beberapa asumsi klasik. Apabila terdapat satu kondisi saja yang tidak terpenuhi, hasil regresi tidak dapat dikatakan bersifat *BLUE (Best Linear Unbiased Estimator)* (Agus Prianto, 2019). Berikut jenis – jenis uji asumsi klasik:

3.6.2.1 Uji Normalitas

Menurut Duwi Priyatno (2014:90), uji normalitas pada model regresi dipergunakan untuk menguji apakah nilai residual yang didapatkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik merupakan yang mempunyai nilai residual yang terdistribusi secara normal. Peneliti pada penelitian ini memaparkan melalui hasil grafik dari perhitungan regresi yang di hasilkan dari program statistic SPSS 16.0. Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan analisis grafik serta uji Kolmogrof-Smirnof dimana jenis uji ini merupakan jenis uji normalitas menggunakan fungsi distributive kumulatif, nilai

residual terstandarisasi berdistribusi normal jika $K. Hitung < K$ Tabel atau nilai $Sig > Alpha$ (Agus Prianto, 2019).

3.6.2.2 Uji Multikolinieritas

Berdasarkan Duwi Priyatno (2014:99), uji ini bertujuan untuk mengetahui korelasi apakah antara variabel bebas (independent) yang ada dalam model regresi mempunyai korelasi linear yang tepat atau mendekati sempurna. Model regresi yang sempurna seharusnya tidak terjadi korelasi tepat atau mendekati tepat diantara variabel bebas (Agus Prianto, 2019). Dasar pengambilan keputusan:

- a. Nilai *tolerance* > 0.10 tidak terjadi multikolinieritas
- b. Nilai *tolerance* < 0.10 terjadi multikolinieritas atau dapat juga menggunakan nilai
- c. VIF: Nilai < 10 = tidak terjadi multikolinieritas

3.6.2.3 Uji Heterokedastisitas

Jenis data yang menunjukkan heterokedastisitas artinya varian dari variabel yang tidak sama dengan semua pengamatan, Jika varian dari residual tersebut dari satu pengamatan yang lain sama maka data tersebut sebagai data yang homoskedastisitas. Oleh karena itu dilakukanlah uji heterokedastisitas untuk mengetahui apakah adanya ketidaksamaan varian residual di data, peneliti menggunakan uji glesjer dimana model regresi bila nilai signifikansi antara variabel independen dengan residual lebih dari 0,05.

3.6.3 Uji Pengaruh

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan statistic deskriptif, dan uji regresi berganda, Data yang akan digunakan dalam penelitian ini akan diolah menggunakan *software Statistical Package for Social Science (SPSS) 16.0*. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

3.6.3.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berkenaan dengan bagaimana cara mendeskripsikan, menggambarkan, menjabarkan, atau menguraikan data sehingga mudah dipahami. Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan variabel – variabel yang diteliti. Dalam analisis ini, data akan diolah dan kemudian dibahas secara deskriptif. Untuk memudahkan dalam menentukan klasi fikasi kondisi setiap variabelnya, diperlukan perhitungan frekuensi dari setiap item pertanyaan yang ada pada kuesioner dan kemudian akan diubah dalam bentuk presentase dengan menggunakan rumus berikut:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan : P = Angka Presentase

F = Frekuensi yang sedang dicari
presentasinya

N = Jumlah frekuensi atau banyak individu

Data yang telah diolah kemudian ditentukan panjang kelas interval untuk menentukan klasifikasi atau kategori kondisi tiap – tiap variabel. Apabila panjang kelas sudah ditentukan, maka total tiap nilai item dimasukkan ke dalam tiap kelas interval sehingga didapatkan frekuensi tiap kategori yang kemudian dipresentasikan. Rumus interval kelas sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{data tertinggi} - \text{data terendah}}$$

Kelas Interval

Keterangan : P = Interval Kelas

R = Rentang

b = Banyak Kelas

3.6.3.2 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui bagaimana dampak narasi produk (X1) serta kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Yang akan terjadi perkiraan koefisien model regresi berganda bisa dilihat sebagai berikut: Analisis linier berganda artinya suatu alat analisis peramalan nilai dampak dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk menandakan ada atau tidaknya korelasi fungsi atau kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Persamaan regresi ganda dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Rumus: } y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y= keputusan pembelian

a = konstanta

b = koefisien regresi

X1 = narasi produk

X2 = kualitas pelayanan

e = error

3.6.4 Uji Hipotesis

3.6.4.1 Uji t (Uji Parsial)

Menurut Imam Ghozali (2013:98) uji statistik t pada dasarnya memberikan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent

secara individual dalam menggambarkan variabel dependent. Pengujian dilakukan dengan memakai signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan menggunakan kriteria:

- a. Bila nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independent tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent.
- b. Bila nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independent tersebut memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel dependent (Agus Prianto, 2019).

3.6.4.2 Uji F Signifikan

Menurut (Mintardjo et al., 2016) Uji F dilakukan untuk menguji korelasi signifikansi antara variabel bebas dan variabel terikat secara keseluruhan. Uji F digunakan untuk menguji apakah model regresi linier berganda yang digunakan artinya layak atau tidak untuk mengetahui pengaruh narasi produk serta kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian. Uji hipotesis pengaruh secara bersama menggunakan angka F. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan angka taraf signifikan yang akan terjadi perhitungan dengan taraf signifikan 0,05 (5%) dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika F hitung (sig) $> \alpha$ 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh narasi produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Online Produk *sparepart* di toko *online* Wali Motor.
- b. Jika F hitung (sig) $< \alpha$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh narasi produk dan

Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Online Produk *sparepart* di toko online Wali Motor.

3.6.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Abdurrahman et al. 2011) koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (R^2) yang berkaitan dengan variabel bebas dan variabel terikat. Secara umum dikatakan bahwa R^2 merupakan kuadrat korelasi antara yang digunakan sebagai *predictor* dan variabel yang memberikan *response*. Koefisien determinasi digunakan sebagai upaya melihat besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Rentang nilai koefisien determinasi adalah 0 – 1 dengan asumsi ($0 < R^2 < 1$). Apabila koefisien determinasi memiliki nilai yang kecil dapat dikatakan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Begitu pula sebaliknya, apabila koefisien determinasi memiliki hasil mendekati 1 dapat dikatakan variasi variabel independen hampir dapat memberikan informasi maupun instruksi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Semakin tinggi R^2 atau mendekati satu maka model yang digunakan semakin baik (Larasati & Gilang, 2016).