

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penelitian ini yaitu kuantitatif. Menurut Sugiyono yang dikutip oleh (Agustian et al., 2019) metode penelitian kuantitatif pendekatan yang didasarkan pada filsafat positif, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Dalam metode ini, data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian, dianalisis secara kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang topik yang diteliti dari sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi. Pendekatan yang digunakan adalah metode deskriptif, yang berfokus pada mendeskripsikan, menjelaskan, dan memberikan gambaran umum tentang objek kajian utama. Metode deskriptif ini dapat memberikan gambaran garis besar dari inti yang akan dibahas dalam penelitian. Untuk menganalisis variabel independen Promosi (X1) Brand Awareness (X2) Brand Loyalty (X3) terhadap variabel dependen Keputusan pembelian marketplace shopee (Y).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono yang dikutip oleh (Pradana & Reventiary, 2016) menjelaskan bahwa populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang merupakan area yang melibatkan objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan disimpulkan.

Kriteria populasi dalam penelitian ini ditujukan pada masyarakat Kota Malang seleksi pada kriteria tersebut dengan rumus Hair et al (Chen, 2022) yang Dimana indikator dikali 5 sehingga mendapatkan 75 sampel/responden.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono yang dikutip oleh (Mahir pradana el al., 2016) Sampel adalah bagian dari populasi penelitian yang dipilih untuk mewakili keseluruhan, terutama ketika populasi terlalu besar untuk dipelajari secara menyeluruh, yang akan membatasi tenaga dan waktu. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu. Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan ciri tertentu yang dimiliki oleh populasi tersebut. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Hair et al yang dikutip oleh (Sweet chen,2022) dengan rumus :

$$\begin{aligned} N &= (5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan}) \\ &= 5 \times 15 = 75 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas maka diperoleh jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini sebanyak 75 sampel. Sementara itu, untuk teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah purposive sampling yang termasuk bagian dari non-probability sampling. Pada proses ini peneliti menentukan pengambilan sampel dengan menetapkan kriteria khusus diantaranya :

- a) Berdomisili di Kota Malang.
- b) Pernah membeli dan menggunakan produk di *marketplace* Shopee lebih dari 2 kali

3.3 Variabel, Operasional, dan Pengukuran

3.3.1 Variabel

Menurut Sugiyono yang dikutip oleh (Agustian et al., 2019) Variabel penelitian (objek penelitian) adalah karakteristik, sifat, atau nilai individu, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu:

1. Variabel Independen

Variabel Independen (X) Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variable dependen atau variable terikat. Menurut Sugiyono yang dikutip oleh (Agustian et al., 2019) variable independen adalah variable-variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang bertindak sebagai variabel independent adalah (X1) promosi, brand awareness (X2) dan brand loyalty (X3).

2. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono yang dikutip oleh (Agustian et al., 2019) Dependent Variable sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel yang dipengaruhi atau akibat dari adanya variabel bebas disebut variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah Keputusan pembelian marketplace shopee.

3.3.2 Operasional

Definisi operasional variabel adalah penjabaran dari variabel-variabel penelitian, dimensi, dan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Penelitian ini memiliki variabel independent dan variabel dependen.

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Promosi(X1)	Menurut Kotler dan Keller yang dikutip oleh (Martowinangun et al.,	a) Periklanan b) Promosi Penjualan

		2019) Promosi adalah alat yang digunakan oleh perusahaan untuk memberi tahu, membujuk, dan mengingatkan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung, tentang produk dan merek yang mereka tawarkan.	c) Hubungan masyarakat
2	Brand Awareness(X2)	Menurut Rangkuti yang dikutip oleh (Orlando, 2015)brand awareness adalah kemampuan seseorang untuk secara spontan atau setelah dipicu oleh kata-kata kunci mengingat merk atau iklan tertentu.	a) Brand recognition b) Brand recall c) purchase d) Consumption
3	Brand loyalty(X3)	menurut Broyles yang dikutip oleh (Lumba, 2019)brand loyalty meliputi sikap dan perilaku Dimensi sikap mencerminkan respons konsumen yang menerima dan bersikap positif terhadap suatu merek.	a) Prilaku atau Kebiasaan (Habit) b) Liking the brand c) Kepuasan (Satisfaction) d) Komitmen (Commitment)
4	Keputusan Pembelian(Y)	Kotler dan Amstrong yang dikutip oleh (Keren & Sulistiono, 2019)menjelaskan Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses Keputusan di mana konsumen pada akhirnya melakukan pembelian produk.	a) Kemantapan produk b) Kebiasaan dalam membeli produk c) Memberi rekomendasi kepada orang lain d) Melakukan pembelian ulang

3.3.3 Pengukuran

dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang merupakan kesepakatan yang digunakan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur yang dimana akan menghasilkan data kuantitatif. Menurut Sugiyono yang dikutip oleh (Afif, 2019) skala likert merupakan skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena. Pengisian kuesioner yang disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan dan responden diminta untuk mengisi daftar pertanyaan pada lembar jawaban kuesioner. Berikut adalah ukuran skala likert:

1. Sangat setuju diberi skor 5
2. Setuju diberi skor 4
3. Netral diberi skor 3
4. Tidak setuju diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju diberi skor 1

3.4 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono yang dikutip oleh (Prawiyogi Giri Anggy, 2021) kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden Masyarakat Malang untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui metode survei, yang disebarkan kepada responden melalui alat *Google Forms*.

3.4.1 Uji Instrumen Data

3.4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas untuk mengukur sah atau valid tidaknya kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkap suatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Pengukuran validitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Menurut Kuncoro yang dikutip oleh (Stephanus Felix Aristo, 2016) untuk menguji validitas

dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya, dimana jika nilai korelasi lebih besar dari 0,30 atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

3.4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu koesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara one shot atau pengukuran sekali saja kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,6$ Nunnally Menurut Kuncoro yang dikutip oleh (Stephanus Felix Aristo, 2016)

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif didefinisikan sebagai analisis yang mengidentifikasi keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih, tanpa membandingkan dan menemukan ringkasan dengan variabel lain. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan data dari variabel independen Bauran Pemasaran. Analisis statistik deskriptif merupakan teknik analisa data untuk menjelaskan data secara umum atau generalisasi, dengan menghitung nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean), dan standar deviasi (standard deviation) menurut ghozali yang dikutip oleh (Rosdiani & Hidayat, 2020)

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahap awal yang digunakan sebelum analisis regresi linear berganda. Dilakukannya pengujian ini untuk dapat memberikan kepastian agar koefisien regresi tidak bias serta konsisten dan memiliki ketepatan

dalam estimasi. Uji asumsi klasik dilakukan untuk menunjukkan bahwa pengujian yang dilakukan telah lolos dari normalitas data, multikolonieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas sehingga pengujian dapat dilakukan ke analisis regresi linear.

3.5.2.1 Uji Normalitas

Menurut Sugiyono dan Susanto yang dikutip oleh (Stephanus Felix Aristo, 2016) bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Uji normalitas ini dapat dilakukan dengan melihat normal tabel kolmogorov-smirnov test pada output SPSS, jika nilai sig. > dari 0.05 maka data dapat dikatakan berdistribusi normal.

3.5.2.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Lind et al yang dikutip oleh (Stephanus Felix Aristo, 2016) menyatakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi diantara variabel. Jika nilai VIF dibawah 10 dan Tolerance Value diatas 0,10 maka tidak terdapat gejala multikolinearitas.

3.5.2.3 Uji Heteroskedastitas

Menurut Sugiyono dan Susanto yang dikutip oleh (Stephanus Felix Aristo, 2016) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Dalam pengamatan ini untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji Glejser. Yang Dimana meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1. Jika nilai p-value > 0,05 maka H0 diterima, yang artinya tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

- 2. Jika nilai p-value < 0,05 maka H0 ditolak yang artinya terdapat masalah heteroskedastisitas.

3.5.3 Analisis Linier Berganda

model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independent adalah Promosi (X1), Brand Awareness (X2), Brand Loyalty (X3) Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian regresi linier berganda ini diimplementasikan dengan alat bantu yaitu software SPSS. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian sebagai berikut menurut Sugiyono dan Susanto yang dikutip oleh (Stephanus felix aristo,2016)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Variabel dependen yaitu “Keputusan Pembelian”

X : Variabel independen

X1 : Variabel Promosi

X2 : Variabel Brand Awareness

X3 : Variabel Brand Loyalty

α : Konstanta

β : Koefisien regresi variabel independen

e: Error

3.5.4 Uji Kelayakan Model dan Hipotesis

3.5.4.1 Koefisien Determinan (R²)

Menurut Ghozali yang dikutip oleh (Stephanus felix aristo,2016) koefisien determinasi (R²) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variable dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan 1 Nilai R² Yang kecil dapat diartikan bahwa kemampuan menjelaskan variable- variable bebas dalam menjelaskan variable terikat sangat

terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati 1 berarti variable- variable bebas dalam menjelaskan variable terikat sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati 1 berarti variable- variabel bebas meberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variable terikat. Kelemahan penggunaan koefisien determinasi R².

3.5.4.2 Uji Hipotesis (Uji t)

merupakan jenis pengujian statistika untuk mengetahui apakah ada perbedaan dari nilai yang diperkirakan dengan nilai hasil perhitungan statistika. yang digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dengan taraf signifikan yakni 5% atau $\alpha = 0.05$. Dasar pengambilan keputusan pada penelitian adalah dengan membandingkan hitung dengan tabel dengan melihat nilai probabilitasnya, yaitu: jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H₀ diterima dan H_a ditolak. Sedangkan jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H₀ ditolak dan H_a diterima.