

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Baturaja Timur Kota Baturaja OKU dengan variabel yang diteliti yaitu : *E-commerce* dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Keripik Dona Baturaja yaitu sebanyak 80 responden. Sebanyak 80 responden merupakan pelanggan Keripik Dona Baturaja yang melakukan pembelian produk melalui aplikasi *Shopee* dan telah memberikan ulasan terhadap produk tersebut sampai bulan Desember 2024 pada akun *Shopee* Keripik Dona Baturaja.

#### **3.2. Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut (Sujarweni, 2021) data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuisisioner. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi dan penyebaran kuisisioner.

Menurut (Sujarweni, 2021) Sumber data adalah subjek dari mana asal data penelitian itu diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuisisioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber dari data disebut responden.

### **3.3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner atau dikenal dengan sebutan angket yang dibagikan melalui *Google Form*. Pendapat (Sugiyono, 2022:137) “Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai *sumber*, dan berbagai *cara*”. Pada penelitian ini peneliti akan membagikan kuesioner kepada informan melalui *google form* untuk diisi dan hasil dari kuesioner akan digunakan untuk memperoleh informasi dari responden.

### **3.4. Populasi Penelitian**

#### **3.4.1. Populasi**

Menurut (Sugiyono, 2022:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah 80 responden, yaitu seluruh pelanggan yang memberikan ulasan produk Keripik Dona Baturaja pada akun resminya.

#### **3.4.2. Sampel**

Menurut (W, 2022:65–66) sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misal karena terbatasnya dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Adapun teknik pengambilan sampel yang akan

digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang mana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian dan permasalahan penelitian (Sugiyono, 2020) dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Konsumen merupakan pengguna shopee.
- b. Konsumen pernah melakukan pembelian produk Keripik Dona Baturaja melalui aplikasi shopee, baik pembelian berulang maupun pertama kali.
- c. Konsumen yang sudah memberikan ulasan pada kolom penilaian produk Keripik Dona Baturaja.

Dari hasil survei yang telah saya lakukan di aplikasi shopee ada 80 konsumen yang telah memberi ulasan saat sudah melakukan pembelian, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 80 responden. Menurut Kerlinger dan Lee (2000) dalam (Sumaria, 2019:48), sampel minimal dalam penelitian kuantitatif adalah 30 orang.

### **3.5. Metode Analisis**

#### **3.5.1. Analisis Kuantitatif**

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis kuantitatif, menurut (Sugiyono, 2022:7) disebut model kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

#### **3.5.2. Pengukuran Variabel**

Pengukuran ini menggunakan alat pengumpulan data berupa angket/kuesioner yang bertujuan untuk mencari informasi yang lengkap mengenai

suatu masalah. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut (Sugiyono, 2022:94) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Skala *likert* yaitu skala yang bersifat lima tingkat jawaban yang merupakan skala jenis ordinal. Dikatakan jenis ordinal karena pernyataan Sangat Setuju mempunyai tingkat “lebih tinggi” dari Setuju, dan Setuju “lebih tinggi” dari Netral dan seterusnya. Menurut (Sugiyono, 2022:94) Adapun pernyataan pengukuran yang digunakan menggunakan skala likert yang merupakan pernyataan positif dimana alternatif jawaban diberi skor atau nilai sebagai berikut :

- a. Sangat Setuju (SS) : 5
- b. Setuju (S) : 4
- c. Netral (N) : 3
- d. Tidak Setuju (TS) : 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

### **3.5.3. Teknik Analisis**

#### **3.5.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Validitas dan reliabilitas suatu hasil penelitian tergantung pada alat ukur yang digunakan dan data yang diperoleh. Jika alat ukur yang digunakan itu tidak valid dan tidak handal maka hasilnya tidak menggambarkan keadaan uji reliabilitas. Pengujian tersebut adalah : sesungguhnya. Untuk itu, diperlukan dua macam pengujian yaitu uji validitas dan Reliabilitas.

### a. Uji Validitas

Menurut (Duli, 2019) validitas adalah kriteria yang paling kritis dan menunjukkan sejauh mana suatu instrumen mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas juga dapat dianggap sebagai utilitas. Dengan kata lain, validitas adalah sejauh mana perbedaan yang ditemukan dengan alat ukur mencerminkan perbedaan yang sebenarnya di antara hal-hal yang diuji. Persoalannya adalah bagaimana seseorang dapat menentukan validitas tanpa secara langsung mengkonfirmasi pengetahuan? kita bisa saja mencari bukti yang relevan untuk mengkonfirmasi jawaban yang kita temukan dengan alat ukur kita. Relevansi bukti sering tergantung pada sifat masalah penelitian dan penilaian peneliti.

Artinya hasil ukur dari pengukuran tersebut merupakan besaran yang mencerminkan secara tepat fakta atau keadaan sesungguhnya dari apa yang diukur.

Kriteria pengambilan keputusan untuk uji validitas sebagai berikut :

- Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka angket tersebut valid
- Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka angket tersebut tidak valid

Cara mencari  $r_{tabel}$  adalah sebagai berikut :

- a.  $r_{tabel}$  dicari pada signifikan 0,05 menggunakan uji dua sisi dengan derajat kebebasan  $df = n - 2$  atau  $30 - 2 = 28$  maka  $r_{tabel}$  sebesar 0,361.
- b. Nilai  $r$  hasil output SPSS dapat dilihat pada kolom *Pearson Correlation sig-(2 tailed)*.

## b. Uji Reliabilitas

Menurut (Duli, 2019) reliabilitas adalah alat uji untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama juga. Instrumen kuisioner yang tidak reliabel maka tidak konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Pada penelitian uji reliabilitas ini menggunakan metode *cronbach Alpha*. Metode pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas menggunakan batasan 0,6 dapat diterima.

Pengujian reliabilitas dapat dilakukan secara *eksternal (stability/test retest, equivalent* atau gabungan keduanya) dan secara internal (analisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument). Setelah penelitian selesai dilakukan maka untuk mengukur pernyataan dari masing-masing variabel penelitian, dilakukan uji reliabilitas yaitu *Alpha Cronbach's* maka digunakan program SPSS Versi 26 for Windows. Reliabilitas dapat diketahui dengan melihat kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Cronbach alpha*  $> 0,6$  maka reliabel.
- b. Jika nilai *cronbach alpha*  $< 0,6$  maka tidak reliabel.

Adapun untuk mengetahui tingkat reliabilitas kuisioner maka digunakan pedoman sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Kriteria Pengujian Reliabilitas**

Interval Reabilitas	Kriteria
0,800-1,000	Sangat Tinggi
0,600-0,799	Tinggi
0,400-0,599	Sedang
0,200-0,399	Rendah
<0,200	Sangat Rendah

### 3.5.4 Transformasi Data

Menurut Ridwan dan Sunarto (2017:21) dalam (Marlia, 2021:30) Data dari jawaban responden adalah bersifat ordinal, syarat untuk menggunakan analisis regresi adalah paling minimal skala dari data tersebut harus dinaikkan menjadi skala interval, menggunakan program metode transformasi yang sering digunakan antara lain adalah *metode successive interval* (MSI) data dari skala ordinal dan skala interval dilakukan dengan langkah sebagai berikut :

- a. Perhatikan setiap item pertanyaan dari kuesioner
- b. Untuk setiap item tersebut tentukan beberapa responden yang mendapatkan skor 1, 2, 3, 4, 5 yang disebut dengan frekuensi
- c. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden yang disebut dengan proporsi
- d. Hitung proporsi kumulatif (pk)
- e. Gunakan table normal, hitung nilai z untuk setiap proporsi kumulatif
- f. Nilai densitas normal (fd) yang sesuai dengan nilai z

- g. Tentukan nilai interval (*scale value*) untuk drtiap skor jawaban sebagai berikut :

$$\text{Nilai Interval} = \frac{(\text{density at lower limit}) - (\text{density at upper limit})}{(\text{area at lower limit}) - (\text{area at upper limit})}$$

Dimana :

- a. *Area under upper limit* : kepadatan batas bawah
- b. *Density at upper limit* : kepadatan batas atas
- c. *Density at lower limit* : daerah dibawah batas atas
- d. *Area at lower limit* : daerah dibawah batas bawah

### 3.5.5. Uji Asumsi Klasik

Data yang digunakan adalah data primer maka untuk menentukan ketepatan model perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yang digunakan antara lain : uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, dan tidak menggunakan autokerlasi karna uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *Time Series* (Runtun Waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuisisioner dimana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersama yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### a. Uji Normalitas

Menurut (Hartono, 2020) uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, nilai residualmemiliki distribusi normal atau tidak. Residual adalah nilai selisih antara variabel X dan variabel Y yang kriteria dalam mengambil keputusan untuk metode *One kolmogorov-Smirnov Z* yaitu jika signifikan (*asyp.sig*) >

0,05 maka data residual berdistribusi normal dan jika signifikan (asyp.sig) < 0,05.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Menurut (Hartono, 2020) uji multikolinearita sini digunakan untuk melihat hubungan antar variabel independennya sehingga pada uji regresi linier sederhana tidak menggunakan uji multikolinearitas karena uji regresi sederhananya memiliki satu variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas, uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear antar variable independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas.

Ada beberapa metode pengujian yang biasa digunakan diantaranya yaitu:

1. Dengan melihat nilai *inflationfactor* (VIF) pada model regresi.
2. Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak ( $R^2$ )
3. Dengan melihat nilai *eigenvalue* dan *condition index*.

Pada penelitian ini metode pengujian yang digunakan yaitu dengan melihat nilai *inflation factor* (VIF) dan *tolerance* pada model regresi, pedoman untuk menentukan suatu model regresi yang tidak terjadi multikolinearitas adalah:

- a. Apabila nilai VIF < 10 dan mempunyai nilai *tolerance* > 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Apabila nilai VIF hasil regresi > 10 dan nilai *tolerance* < 0,10 maka

dapat dipastikan ada multikolinearitas diantara variabel bebas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut Ghozali (2016:107) dalam (Marlia, 2021:32) keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan model regresi. Metode yang dilakukan uji glejser yang dilakukan dengan cara mengregresikan nilai absolute residualnya.

- a. Jika nilai signifikan antara variabel probabilitas dengan *absolute residual* lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas
- b. Jika nilai signifikan antara variabel probabilitas dengan *absolute residual* kurang dari 0,05 maka terjadi masalah heteroskedastisitas.

### 3.5.6. Analisis Regresi Linear Berganda

Model analisis regresi linear berganda digunakan untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y) apabila variabel bebas minimal dua atau lebih. Regresi linear berganda adalah model regresi linier dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau *predictor* (Hartono, 2020).

Penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Keputusan Pembelian sedangkan variabel bebas adalah *E-commerce* dan Desain Produk, yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Nilai Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = Nilai Koefisien Regresi Variabel Bebas

$X_1$  = *E-commerce*

$X_2$  = Desain Produk

$e$  = *error terms*

Analisis regresi berganda ini akan diolah dengan menggunakan *software statistical product and service solutions* (SPSS).

### 3.5.7. Pengujian Signifikansi Regresi Linier Berganda (Uji Hipotesis)

Uji signifikansi korelasi ganda ini dilakukan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh antara variabel bebas (X), yaitu *E-commerce* dan Desain Produk, dengan variabel terikat (Y) Keputusan Pembelian pada Kripik Dona Baturaja (*Studi Kasus pada Penjualan di Aplikasi Shopee*), yaitu baik secara individu (parsial) maupun secara keseluruhan (simultan).

#### 3.5.7.1. Pengujian Secara Individu/ Parsial (Uji-T)

Menurut (Marlia, 2021) menyebutkan bahwa uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variable independent yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel dependen secara parsial. Uji t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti.

$H_a : b_1 \neq 0$

$H_o : b_1 = 0$

- a. Menentukan hipotesis
  1. Uji signifikansi variabel *E-commerce* ( $X_1$ ) dengan Keputusan Pembelian (Y)

$H_a : b_1 \neq 0$ , artinya *E-Commerce* mempunyai pengaruh secara signifikan dengan Keputusan Pembelian pada Keripik Dona Baturaja (*Studi Kasus Pada Penjualan di Aplikasi Shopee*).

$H_o : b_1 = 0$ , artinya *E-Commerce* tidak mempunyai pengaruh secara signifikan dengan Keputusan Pembelian pada Keripik Dona Baturaja (*Studi Kasus Pada Penjualan di Aplikasi Shopee*).

2. Uji signifikansi variabel Desain Produk ( $X_2$ ) dengan Keputusan Pembelian (Y)

$H_a : b_1 \neq 0$ , artinya Desain Produk mempunyai pengaruh secara signifikan dengan Keputusan Pembelian pada Keripik Dona Baturaja (*Studi Kasus Pada Penjualan di Aplikasi Shopee*).

$H_o : b_1 = 0$  artinya Desain Produk tidak mempunyai pengaruh secara signifikan dengan Keputusan Pembelian pada Keripik Dona Baturaja (*Studi Kasus Pada Penjualan di Aplikasi Shopee*).

b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ )

c. Menentukan  $t_{hitung}$

Nilai  $t_{hitung}$  diolah menggunakan bantuan program SPSS

d. Menentukan  $t_{tabel}$

Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-k-1$  (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen).

e. Kriteria Pengujian :

Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

f. Membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$

g. Gambar



**Gambar. 3.1**  
**Kurva Pengujian Hipotesis Parsial (Uji Sig)**

### 3.5.7.2. Uji Secara Bersama-sama/ Simultan (Uji-F)

Menurut (Marlia, 2021) menyatakan bahwa pada dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dan melihat nilai signifikansi 0,05 dengan cara sebagai berikut:

1. Bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau probabilitas < nilai signifikan (Sig < 0,05), maka model penelitian dapat digunakan.
2. Bila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  atau probabilitas nilai signifikan (Sig > 0,05), maka model penelitian tidak dapat digunakan.

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah :

a. Menentukan Hipotesis

$H_a : b_1, b_2 \neq 0$  artinya, ada pengaruh *E-commerce* dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Keripik Dona Baturaja (*Studi Kasus Pada Penjualan di Aplikasi Shopee*).

$H_0 : b_1, b_2 = 0$  artinya, tidak ada pengaruh Menentukan tingkat signifikansi *E-commerce* dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Keripik Dona Baturaja (*Studi Kasus Pada Penjualan di Aplikasi Shopee*).

b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ )

c. Menentukan  $F_{hitung}$

Nilai  $F_{hitung}$  diolah menggunakan bantuan program SPSS

d. Menentukan  $F_{tabel}$

Tabel distribusi F dicari pada tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 5\%$  (uji satu sisi), df 1 (jumlah variabel – 1) dan df 2 (n-k-1) (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen).

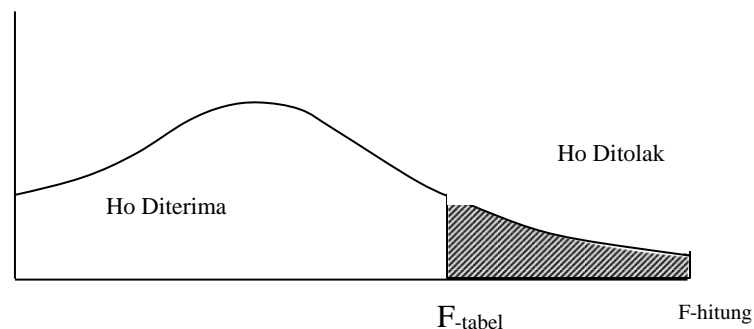
e. Kriteria Pengujian :

Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

f. Membandingkan  $f_{hitung}$  dengan  $f_{tabel}$

g. Gambar



**Gambar 3.2**  
**Kurva Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)**

### 3.5.8. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut (Duwi Priyatno, 2017) analisis  $r^2$  (*R square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

$R^2$  = nilai koefisien determinasi

$r^2$  = nilai koefisien korelasi

### 3.6. Batasan Operasional Variabel

*E-commerce* dan Desain Produk digunakan sebagai variabel bebas dalam penelitian ini, dan Keputusan Pembelian digunakan sebagai variabel terikat. Secara teoritis, operasional variabel adalah komponen penelitian yang menjelaskan atau menerangkan variabel operasional sehingga dapat diamati atau diukur. Tabel berikut berisi definisi operasional :

**Tabel 3.2**  
**Batasan Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator
<i>E-commerce</i>	<i>e-commerce is a dynamic set of technologies, application, and business process that link enterprises, consumers, and communities through electronic transactions and exchange of goods, services, and information.</i> Jadi, <i>e-commerce</i> merupakan suatu himpunan yang dinamis dari teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, serta masyarakat melalui transaksi elektronik dan pertukaran (perdagangan) barang, layanan, serta informasi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keakuratan Informasi</li> <li>2. Keamanan Dalam Penggunaan</li> <li>3. Kemudahan Dalam Penggunaan</li> <li>4. Ketertarikan Pengguna Terhadap <i>E-commerce</i></li> <li>5. Pelayanan</li> </ol> <p><b>Menurut Delone dan Mc Lean dalam Kana Putri Rosiana (2022:23)</b></p>
Desain Produk	Desain Produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Warna Produk</li> <li>2. Stripping Produk</li> <li>3. Bentuk Produk</li> </ol> <p><b>Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Jumai Latte dan Abd. Manan (2022:39)</b></p>
Keputusan Pembelian	Keputusan Pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tujuan Pembelian</li> <li>2. Perosesan Informasi</li> <li>3. Stabilitas Produk</li> <li>4. Merekomendasikan Kepada Orang Lain</li> <li>5. Pembelian Kembali</li> </ol> <p><b>Kotler dalam Yuana (2018:10)</b></p>