

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kampus Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, Jalan Jend Achmad Yani No 50-52 Merdeka, yang pernah melakukan pembelian pada Tokopedia. Waktu penelitian dilakukan dari bulan Oktober-Desember 2023.

3.2 Variabel dan Definisi Oparasional

3.2.1 Variable Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2014) Terdapat dua variable penelitian, yaitu variable terikat (*dependent variable*) dan variable bebas (*independent variable*) Variabel terikat adalah variabel yang tergantung pada variable lainnya, sedangkan variable bebas adalah variabel yang tidak tergantung pada variabel lainnya. Berkaitan dengan penelitian ini, variabel yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Variabel Independen (*Independent Variable*)

Variabel independen (*independent variable*) atau variable bebas adalah variabel yang mempengaruhi variable dependen (terikat), baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif. (Ferdinand, 2006:26). Variabelindependen dalam penelitian ini adalah :

- Reputasi (X_1)
- Kelengkapan Produk (X_2)

- Motif Pembelian (X_3)

b. Variabel Dependen (Dependen Variable)

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang nilainya tergantung dari variabel lain, dimana nilainya dapat berubah. Variabel dependen sering juga disebut variabel respon yang dilambangkan dengan Y. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen Bengkel Indo Tama Winong Pati.

3.2.2 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2013), definisi operasional variable adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Agar penelitian ini lebih jelas, variabel-variabel yang diteliti perlu diberikan definisi operasional didefinisikan terlebih dahulu Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan untuk mengukur variabel-variabel tersebut. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini kemudian diuraikan menjadi beberapa indikator, seperti pada Tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1
Variabel, Definisi Operasional, Indikator, dan Skala Pengukuran

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah pilihan pembeli untuk berbelanja pada aplikasionline Tokopedia.	a. Kemantapan pada sebuah produk. b. Kebiasaan dalam membeli produk c. Merekomendasikan kepadaorang lain	Skala Ordinal

Reputasi (X ₁)	Reputasi merupakan kepercayaan menyeluruh atau keputusan mengenai tingkat dimana aplikasi online Tokopedia diberi penghargaan tinggi dan terhormat.	a. Kompetensi perusahaan b. keunggulan perusahaan c. kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.	Skala Ordinal
Kelengkapan Produk (X ₂)	Kelengkapan produk merupakan suatu yang ditawarkan oleh aplikasi online Tokopedia dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.	a. Keragaman produk yang dijual. b. Variasi produk yang dijual c. Ketersediaan produk yang dijual.	Skala Ordinal
Motif Pembelian (X ₃)	Motif adalah dorongan yang dimiliki masyarakat untuk menggunakan aplikasi online Tokopedia.	a. Kebutuhan terhadap produk b. Kebutuhan mencari kenyamanan dari produk c. Kebutuhan mencari kepuasan produk.	Skala Ordinal

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi Sugiyono, (2014) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Pada penelitian ini populasi adalah seluruh pengguna aplikasi belanja *online* Tokopedia yang merupakan Mahasiswa berada di wilayah Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unwira Kupang.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel yaitu sebagian dari populasi yang diteliti. Sedangkan sampling yaitu cara pengumpulan data yang sifatnya tidak menyeluruh, artinya tidak mencakup seluruh objek penelitian akan tetapi hanya sebagian dari populasi saja yaitu hanya mencakup sampel yang diambil dari populasi tersebut (Supranto, 2003).

Karena jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti, maka jumlah sampel yang ideal dan representatif diperoleh dari jumlah indikator penelitian dikalikan 5 sampai 10. Pada penelitian ini, jumlah indikator sebanyak 15 dan nilai yang ditentukan adalah 7, sehingga jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak: $15 \times 7 = 105$. Jadi, sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 105 orang cukup untuk mewakili populasi yang diteliti.

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota dalam populasi mempunyai kesempatan untuk terpilih sebagai sampel (Sugiono, 2007). Jenis teknik *probability sampling* yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* (SRS) atau pengambilan sampel secara acak, yaitu setiap mahasiswa UNWIRA Fakultas Ekonomi Kota Kupang yang pernah minimal 2 kali melakukan pembelian pada aplikasi *online* Tokopedia yang berusia minimal 19 tahun dan bersedia mengisi dan mengirim kembali kuesioner dalam bentuk *google form*.

3.4 Jenis Data

3.4.1 Jenis Data Menurut Sifat

3.4.1.1 Data kuantitatif

Data kuantitatif dalam pengertian ini adalah data pengguna aplikasi *online* Tokopedia, jumlah penjualan dan data skor hasil kuisisioner.

3.4.1.2 Data kualitatif

Penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan.

3.4.2 Jenis Data Menurut Sumber

3.4.2.1 Data Primer

Data primer, merupakan data yang diperoleh secara langsung.. Data primer dalam penelitian ini adalah data hasil kuisisioner yang diperoleh dari para responden.

1.1.1.1 Data Sekunder

Data yang diperoleh dari data internet Tokopedia *Care* yang memberikan informasi belanja di aplikasi Tokopedia.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuisisioner yang dikirim melalui aplikasi *googleform*. Kuisisioner adalah pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar

pertanyaan melalui aplikasi *google form* kepada responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian.

Penilaian atas responden menggunakan skala Likert dan menghasilkan pengukuran variabel dalam skala ordinal, yaitu:

1. SS (Sangat Setuju) : 5
2. S (Setuju) : 4
3. KS (Kurang Setuju) : 3
4. TS (Tidak Setuju) : 2
5. STS (Sangat Tidak Setuju) : 1

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Uji validitas digunakan untuk memilih diantara item-item pernyataan yang relevan untuk dianalisis dengan cara menguji korelasi antara skor item pertanyaan dari skor total dari pernyataan tersebut. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Pearson Product Moment* (Riduwan, 2004:24), sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n\sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n\sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\}\{n\sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Dimana:

Rhitung : Koefisien Korelasi

$\sum Xi$: Jumlah Skor Item

$\sum Yi$: Jumlah Total Skor (Seluruh Item)

n : Jumlah Responden

Dengan kriteria sebagai berikut keputusan pengambilan sebagai berikut :

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner valid ($r_{hitung} > 0,3$)
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka kuesioner tidak valid ($r_{hitung} < 0,3$)

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji realibilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila dilakukan secara berulang (Zikmund,2006). Untuk mengukur reliabilitas instrumen dalam penelitian ini digunakan rumus: formulasi koefisien *alpha Croncbach* (Ghozali, 2011).

Rumus Croncbach Alpha dapat dilihat sebagai berikut:

$$r_{II} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum Si^2}{\sum St} \right]$$

Keterangan:

r_{II} = Koefisien korelasi

$\sum Si$ = Jumlah skor item

$\sum St$ = Jumlah total skor (seluruh item)

K = Jumlah responden

Menurut Sugyono, (2010:24) yang membagi tingkatan reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut:

Jika alpha atau r_{hitung}

0,8 – 1,0 : reliabilitas baik

< 0,6 – 0,7999 : reliabilitas diterima

< 0,6 : reliabilitas ditolak

Pada penelitian ini, reliabel bila r hitung $\geq 0,6$. Jika r hitung $< 0,6$ maka tidak reliabel.

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mengukur persepsi, pengetahuan, dan keterampilan responden yang dilakukan dengan menggunakan skala likert yang merupakan skala ordinal. Setiap indikator akan diberikan sejumlah pertanyaan kepada responden. Levis, (2013:174), rumus yang dipakai untuk menentukan kategori persepsi populasi yaitu:

$$Ps-p = \left(\frac{\bar{x}_{ps-p} - p}{5} \right) \times 100$$

Keterangan:

$Ps-p$: Kategori Presepsi

\bar{x}_{ps-p} : Rata-rata Skor untuk Presepsi Populasi

5 : Berasal dari Skor Tertinggi Skala Likert

Menurut Levis, (2013:174), lima pengambilan keputusan untuk mengukur persentase dari jawaban responden adalah:

$\geq 20 - 36\%$: Sangat tidak baik

$> 36 - 52\%$: Tidak baik

$> 52 - 68\%$: Cukup baik

$> 68 - 84\%$: Baik

$> 84 - 100\%$: Sangat baik

3.7.2 Analisis Statistik Inferensial

3.7.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda menurut Sugyono (2014:277), digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh reputasi (X_1), kelengkapan produk (X_2), motif pembelian (X_3) terhadap Minat beli ulang (Y) dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + q_i$$

Keterangan:

Y = Variabel Keputusan Pembelian

a = konstanta

b_1 = Koefisien Regresi variabel Reputasi

b_2 = Koefisien Regresi Variabel Kelengkapan Produk

b_3 = Koefisien Regresi Variabel Motif

X_1 = Variabel Reputasi

X_2 = Variabel Kelengkapan Produk

X_3 = Variabel Motif pembelian.

q_i = pengganggu (error)

3.7.2.2 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Menurut Sunyoto, (2016:692), menjelaskan uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah ada data yang akan digunakan dalam regresi distribusi normal atau dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot, dengan asumsi:

- a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, sehingga model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

1. Uji linearitas

Menurut Sutanto (2015:323), uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas terikat dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linear. Perhitungan uji linear dilakukan menggunakan SPSS. Dengan menggunakan SPSS dapat melihat apakah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat disebut bersifat linear atau tidak, dapat dilihat pada nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi kurang dari nilai signifikansi yang ditentukan misalnya 5% sehingga hubungannya tidak bersifat linear. Sebaliknya jika nilai signifikansi tersebut lebih dari satu atau sama dengan 5% maka hubungan bersifat linear.

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011), Uji multikolinieritas dilakukan dengan cara menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independent. Jika variabel independent saling berkorelasi, (di atas 0,9) dan nilai R^2 yang dihasilkan estimasi model regresi empirisi sangat tinggi, dan nilai toleransi $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF (*VarianceInflationFactor*) > 10 maka mengindikasikan adanya multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sutanto (2015), uji ini bertujuan menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Deteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu dengan grafik *scatterplot* antara SPRESID dan SPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y_{pred} = Y$ sesungguhnya) yang telah di-studentized, analisisnya: jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang telah terjadi heteroskedastisitas. Jika ada pola yang jelas, secara titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.2.3 Pengujian Hipotesis Statistik

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel Reputasi, Kelengkapan Produk dan Motif pembelian terhadap variabel Keputusan Pembelian, digunakan uji t dan uji F.

1) Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial bertujuan untuk menguji secara parsial pengaruh reputasi (X_1), kelengkapan produk (X_2), motif pembelian (X_3), terhadap Keputusan pembelian online Tokopedia (Y). Formula uji t yang digunakan sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{Sb_i}$$

Keterangan:

t_{hitung} = Besar pengaruh secara parsial

b_i = Koefisien Regresi

Sb_i = Simpangan Baku (*StandardError*) dari β_i

Taraf signifikan $\alpha = 0,05$

Hipotesis Statistik:

- a) $H_0: b_i = 0$, artinya secara parsial variabel reputasi (X_1), kelengkapan produk (X_2), motif pembelian (X_3) mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
- b) $H_a: b_i \neq 0$, artinya secara parsial variabel reputasi (X_1), kelengkapan produk (X_2), motif pembelian (X_3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Kaidah pengambilan keputusan

- a) Jika $\text{sig} > \alpha (0,05)$ maka terima H_0 dan tolak H_a , artinya secara parsial variabel reputasi (X_1), kelengkapan produk (X_2), motif pembelian (X_3) mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

- b) Jika $\text{sig} \leq \alpha$ (0,05), maka terima H_a dan tolak H_o , artinya secara parsial variabel reputasi (X_1), kelengkapan produk (X_2), motif pembelian (X_3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji ini bertujuan untuk menguji secara simultan pengaruh variabel Reputasi (X_1), Kelengkapan produk (X_2) Motif pembelian (X_3) terhadap Keputusan pembelian (Y), formulasi uji F yang digunakan, sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{JKR(k-1)}{JKE(n-k)}$$

keterangan:

JKR	= Jumlah kuadrat regresi
JKE	= Jumlah kuadrat error
n	= Banyak responden
k	= Banyaknya variabel

Taraf signifikansi $\alpha = 0,05$

Hipotesis Statistik:

- a) $H_o: b_i = 0$, artinya secara simultan variabel reputasi (X_1), kelengkapan produk (X_2), motif pembelian (X_3) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
- b) H_a minimal salah satu variabel $b_i \neq 0$ artinya secara simultan variabel Reputasi (X_1), kelengkapan produk (X_2), motif pembelian (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Kaidah pengambilan keputusan:

- a) Jika $\text{sig} > \alpha$ (0,05), maka terima H_a artinya secara simultan variabel reputasi (X_1), kelengkapan produk (X_2), motif pembelian (X_3) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- b) Jika $\text{sig} \leq \alpha$ (0,05) maka terima H_a dan tolak H_o , artinya secara simultan variabel reputasi (X_1), kelengkapan produk (X_2), motif pembelian (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui kontribusi pengaruh variabel bebas yaitu reputasi (X_1), kelengkapan produk (X_2), dan motif pembelian (X_3) secara bersama-sama terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y). Dengan formulasi, sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{JKR}{JKT} \times 100\%$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

JKR = Jumlah Kuadrat Regresi

JKT = Jumlah Kuadrat Total

Pada perhitungan regresi tersebut akan diperoleh koefisien determinasi (R^2) yang digunakan untuk mengukur tingkat ketepatan yang paling baik dari model regresi yang digunakan. Jika (R^2) yang diperoleh mendekati 1 (satu), maka semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variasi faktor independent (bebas) terhadap faktor dependen (terikat). Jika (R^2) yang

diperoleh mendekati 0 (nol) maka secara lemah model tersebut dalam menerangkan variasi faktor independent (bebas) terhadap faktor dependen (terikat). Secara umum dapat dituliskan bahwa besarnya (R^2) adalah $0 \leq R^2 \leq 1$. Penelitian menggunakan program SPSS untuk mengolah data statistiknya.