

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan responden pemakai shopee. Data dikumpulkan dengan cara menyebar kuesioner kepada Mahasiswa/i Prodi Administrasi Bisnis STIA Amuntai.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan *positivism*. Pendekatan ini juga disebut *discovery*, karena dengan pendekatan ini dapat ditemukan dan di kembangkan iptek baru. Pendekatan ini disebut pendekatan kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. (Sugiyono, 2009)

C. Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini adalah tipe penelitian dasar (*basic reserch*) dimana penelitian ini ditujukan untuk menambah wawasan dan pengetahuan, dimana penelitian yang akan dilakukan tidak untuk menciptakan sesuatu gagasan yang baru, tetapi hanya untuk membarikan informasi, masukan, dan pengetahuan bagi pembaca dan penulis.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah

di tetapkan oleh peneliti, yang kemudian ditarik suatu kesimpulan dari padanya. (Sugiyono, 2007)

Populasi pada penelitian ini yang akan menjadi populasi adalah mahasiswa/i aktif Prodi Administrasi Bisnis STIA Amuntai.

Tabel 3.1

Jumlah Mahasiswa/i aktif Prodi Administrasi Bisnis STIA Amuntai

No	Program Studi	Jumlah
S1	Administrasi Bisnis Semester 2	32
2	Administrasi Bisnis Semester 4	32
3	Administrasi Bisnis Semester 6	39
Jumlah		103

er : Data diolah 2024

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016:116) menyatakan Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Responden yang dipilih pada penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan. Jumlah anggota sampel sering dinyatakan pada ukuran sampel. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada di populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Rumus yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah rumus *Slovin*, yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : *error* : (Kesalahan yang diterima)

Dengan menggunakan *margin of error* sebesar 10% maka jumlah sampel yang diambil adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{103}{1+103 \times 10\%^2}$$

$$n = \frac{103}{2,03}$$

$$n = 50,73 \text{ (Dibulatkan Menjadi 51)}$$

Dari hasil rumus *Slovin* didapatkan jumlah sampel 51 yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini.

E. Definisi Operasional Penelitian

Variabel penelitian terdiri dari variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Menurut Sugiyono (2017:38) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel *independent* atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab

pertumbuhan atau timbulnya variabel *dependent*. Sedangkan menurut Sugiyono (2017:39) Variabel *dependent* atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, yang disimbolkan dengan simbol Y.

Penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel yang menjadi variabel *independent* yaitu *Live Shopping* (X1), dan Harga (X2) serta yang menjadi variabel *dependent* yaitu Keputusan Pembelian (Y). Berikut penjelasan variabel-variabel tersebut :

a. *Live Shopping* (X1)

Video streaming merupakan teknologi distribusi data video atau audio yang telah dikompres melalui jaringan internet serta di tampilkan secara realtime atau on demand. Ada beberapa tipe *video streaming* antara lain webcast, dimana tayangan yang ditampilkan merupakan siaran langsung (*live*) yang banyak dibuat oleh aplikasi *ecommerce* saat ini dan *Video on Demand* (VOD), di mana tayangan yang akan ditampilkan sudah terlebih dahulu disimpan pada server contohnya video akan tersimpan menjadi postingan di facebook.

b. Harga (X2)

Berdasarkan pengertian Harga menurut Kotler dan Armstrong yang dialih bahasakan oleh Kotler dan Armstrong (2014:313), Mursid (2014:83-84) dan Daryanto (2013:74) Harga adalah jumlah atau nilai yang harus dibayarkan pelanggan untuk mendapat, memiliki, dan

merasakan manfaat dari produk dengan uang sebagai alat tukar yang digunakan.

c. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler dan Keller (2009) keputusan pembelian konsumen adalah keputusan pembelian konsumen dari akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk dikonsumsi pribadi. Sedangkan menurut Tjiptono (2015) keputusan pembelian konsumen adalah pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.

F. Instrumen Penelitian

Mengingat hasil operasional variabel, maka bentuk instrument penelitian yang digunakan adalah bentuk *skala likert*, Dimana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrument yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban akan dihubungkan dalam bentuk pertanyaan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan interpretasi kata-kata sebagai berikut :

Tabel 3.2

Kisi-kisi Instrumen Variabel

No	Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item Angket
1.	Variabel	<i>Live shopping</i>	1. Fitur <i>live shopping</i>	Tersedianya fitur	1

No	Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item Angket
	(X1) <i>Live Shopping</i>	merupakan cara baru untuk memasarkan produk dengan cara melakukan <i>live streaming</i> dimana penjual dan pembeli dapat berinteraksi secara langsung.	yang disematkan di situs web belanja	<i>live shopping</i> pada situs	
				Kemudahan dalam menggunakan fitur <i>live shopping</i>	2
				Promosi fitur	3
		Wongkiturungreng Dehouche (2020) dan Sun et al. (2018)	2. Aplikasi seluler belanja	Kemudahan dalam menggunakan fitur-fitur yang ada pada situs belanja	4
				Tampilan situs web belanja yang menarik	5
			3. <i>Live streaming</i> sebagai model	Jumlah pengguna fitur	6

No	Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item Angket
			komersialisasi	Jumlah toko yang melakukan <i>live shopping</i> pada fitur tersebut	7
2	Variabel (X2) Harga	<p>Harga adalah jumlah yang harus disiapkan oleh pelanggan yang ingin mendapatkan barang atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar pelanggan atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa</p>	1. Keterjangkauan Harga	Keterjangkauan harga	8
			2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	9
			3. Daya saing harga	Daya saing harga	10

No	Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item Angket
		<p>tersebut.</p> <p>Modifikasi dari Tiga Sumber Yaitu Kotler dan Amstrong (2014:313), Mursid (2014:83- 84) dan Daryanto (2013:74).</p>			
3	<p>Variabel (Y) Keputusan Pembelian</p>	<p>Keputusan pembelian merupakan proses tahap yang dilewati konsumen mulai dari mengenal masalahnya sampai dengan mengevaluasi</p>	1. Pilihan produk	Keberagaman produk	11
			2. Waktu pembelian	Faktor pendapatan dan kebiasaan	12
			3. Metode pembayaran	Metode yang dilakukan	13

No	Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item Angket
		<p>produk.</p> <p>Modifikasi dari dua sumber yaitu (Tjiptono, 2014:21) dan (Kotler dan Keller, 2012:227)</p>			

G. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah informasi atau bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang di peroleh di lokasi penelitan yang akan diolah dan digunakan untuk membuktikan kebenaran teori, menyimpulkan tentang sesuatu maupun mencari jawaban atas hipotesis penelitian yang diajukan. (Mamik, 2015)

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah bersumber dari Pengguna Shopee, dengan pengumpulan sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Metode observasi ini akan dilakukan dengan cara terjun langsung kelapangan melakukan cara tanya jawab atau komunikasi melalui

chatting via online atau secara tidak langsung pada pihak pelanggan shopee pada Mahasiswa/i Prodi Administrasi Bisnis STIA Amuntai.

2. Metode Kuesioner

Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2009). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe pilihan menggunakan skala likert yang bertujuan memudahkan para responden untuk memberikan jawaban karena alternatif disediakan sehingga tidak membutuhkan waktu yang terlalu lama untuk menjawabnya. Demikian juga dalam penyebarannya, dilakukan secara online dengan menggunakan google formulir dan di sebar melalui media sosial.

H. Teknik Penentuan Skor

Untuk menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka peneliti membutuhkan teknik penentuan skor. Teknik penentuan skor yang digunakan dengan *Skala Likert* untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang variabel penelitian. Dalam penelitian ini akan digunakan lima tipe alternatif jawaban pada table dibawah ini :

Tabel 3.3

Penentuan Skor *Skala Likert*

Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Data diolah 2024

I. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti. (Ghozali, 2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Selain instrument penelitian yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaiknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Uji validitas dikerjakan dengan melakukan perbandingan antara nilai angka r hitung dengan nilai r tabel. Bila angka nilai yang didapatkan r hitung lebih besar dari nilai angka r tabel artinya instrument pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap nilai keseluruhan kemudian dikatakan valid. Namun, bila nilai angka r hitung lebih kecil dari pada angka nilai pada r tabel maka instrument pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor keseluruhan dan kemudian dikatakan tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu sebuah alat yang mampu mengeluarkan hasil yang konsisten. Hasil pengukuran yang sama pada subjek yang sama walaupun yang melakukan adalah orang yang berbeda, waktu yang berbeda, dan juga tempat yang juga berbeda, Dimana pelaku, situasi dan keadaan tidak akan berpengaruh terhadap hasilnya. Uji reliabilitas dihitung memakai *Cronbach Alpha* lebih besar 0.60 sebagai penentu bahwa variabel yang dipakai reliabel.

J. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi normal dan tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data secara normal atau mendekati normal.

Pengujian normalitas yang lebih baik dilakukan adalah dengan menggunakan analisis statistik. Pengujian ini digunakan untuk menguji normalitas residual suatu model regresi adalah dengan menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* melalui pendekatan *Monte Carlo*. Dalam uji *Kolmogrov-Smirnov*, suatu data dikatakan normal apabila nilai *Monte Carlo* lebih dari 0,05 dasar pengambilan keputusan dalam uji K-S adalah:

1. Apabila nilai *Monte Carlo (2-tailed)* $> 0,05$ maka residual terdistribusi normal.
2. Apabila nilai *Monte Carlo (2-tailed)* $< 0,05$ maka residual tidak terdistribusi normal.

2) Uji Multikolonieritas

Tujuan dari uji multikolonieritas adalah menguji apakah model regresi memiliki korelasi antar variabel bebas. Multikolonieritas terjadi jika terdapat hubungan linear antara independent yang melibatkan dalam model. Jika terjadi gejala multikolonieritas yang tinggi maka standar error koefisien regresi akan semakin besar, akibatnya *confidence interval* untuk pendugaan parameter semakin lebar. Uji multikolonieritas ini dilakukan antar variabel independent dengan menggunakan *variance inflation factor (VIF)*. Batas (cut of) dari $VIF > 10$ dan nilai *tolerance* jika nilai VIF lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* kurang dari 0,10 dan Tingkat kolonieritas lebih dari 0,95 maka terjadi multikolonieritas.

3) Uji Heteroskedasitas

Uji Heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu observasi yang lain. Apabila varian dari residual satu observasi ke observasi yang lain tetap disebut homoskedasitas. Sedangkan apabila varian dari residual satu observasi ke observasi lain berbeda maka disebut heterokedasitas. Model regresi yang baik adalah homoskedasitas, tidak terjadi heterokedasitas, dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan nilai residual SPRESID. Deteksi ada tidaknya dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara SPRESID dan ZPRED Dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di *standardized*. Dalam pengamatan ini juga dilakukan dengan cara uji *Glejser*. Uji *Glejser* adalah uji hipotesis untuk

mengetahui apakah sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedastis dengan cara meregres absolut residual. Dasar pengambilan keputusan uji *Glejser* adalah

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tidak terjadi heteroskedastis.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data terjadi heteroskedastis.

K. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan setengah data dari seluruh responden atau sumber data lain berkumpul.

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel *independent* (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel *dependent* (Y).

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* apakah masing-masing variabel *independent* berpengaruh positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel *dependent* apabila nilai variabel *independent* mengalami kenaikan atau perubahan. Dikatakan regresi linier berganda, karena jumlah variabel bebas (*independent*) sebagai prediktor lebih dari satu, maka digunakan persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1 x_1 + b_2 x_2$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat Keputusan Pembelian

α = Bilangan Konstanta

b_1 dan b_2 = Koefisien regresi *Live Shopping* dan Harga

X_1 = Variabel bebas *Live Shopping*

X_2 = Variabel bebas Harga

2. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Menurut Wiratna (2015:67) Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *independent* secara bersama-sama terhadap variabel *dependent*. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh seluruh variabel *independent* (*live shopping* dan harga) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel *dependent* (keputusan pembelian).

3. Parsial (Uji T)

Ghozali (2011:98) menyatakan bahwa uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara *individual* dalam menerangkan variasi variabel *dependent*. Untuk menguji regresi secara parsial (*individual*) dan untuk mengetahui apakah secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan variabel *independent* terhadap variabel *dependent* maka diperlukan uji t.

4. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel *dependent* bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel *independent*. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi kita akan bisa menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel *dependent*. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel *independent* dalam menjelaskan perilaku variabel *dependent*.

Terdapat dua jenis koefisien determinasi, yaitu r koefisien determinasi biasa dan koefisien determinasi disesuaikan. Pada regresi berganda, penggunaan koefisien determinasi yang telah disesuaikan lebih baik dalam melihat seberapa baik model dibandingkan koefisien determinasi. Koefisien determinasi disesuaikan merupakan hasil penyesuaian koefisien determinasi terhadap tingkat kebebasan dari persamaan prediksi. Hal ini melindungi dari kenaikan biasa atau kesalahan karena kenaikan jumlah variabel *independent* dan kenaikan dari jumlah sampel.