

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai, yang beralamat di Jalan Bihman Villa Amuntai, Hulu Sungai Utara, Kalimantan Selatan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa STIA Amuntai merupakan kelompok yang aktif menggunakan platform *e-commerce*, khususnya Shopee, serta memiliki akses terhadap fitur pembayaran Shopee *PayLater*.

3.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner, kemudian dianalisis secara statistik. Penelitian kuantitatif ini menggunakan metode survei dengan pendekatan deskriptif-kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2018 dikutip dalam penelitian (Ummah, 2019)).

3.3 Tipe penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian probability sampling. Menurut Sugiyono (2010), dalam kutipan (Sawong et al., 2011)) probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Kemudian digunakan teknik Sample Random Sampling, yaitu pengambilan sampel anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

3.4 Populasi dan Sampel

1. Menurut (Sugiyono, 2016). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarikkesimpulannya. populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIA Amuntai pengguna Shopee *PayLater* dengan rentang usia produktif dari (18-30 tahun) yang pernah melakukan pembelian dengan menggunakan Shopee *PayLater*. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka penelitian ini menggunakan pendekatan *Non Probability sampling*.
2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2016)(Suriani et al., 2023)). Sampel tersebut sebagai perwakilan dan harus memiliki kriteria tertentu yang terdapat pada populasi. Dalam penelitian ini sampel yang diambil dari populasi menggunakan teknik Purposive Sampling, yakni didasarkan dengan beberapa kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian ini, yaitu:

- a. Berstatus sebagai Mahasiswa aktif STIA Amuntai.
- b. Pernah berbelanja menggunakan Shopee *PayLater*.

Karna populasi mahasiswa STIA Amuntai yang pernah berbelanja menggunakan Shopee *PayLater* tidak diketahui jumlahnya, maka Teknik Penentuan jumlah sampling menggunakan rumus Lemeshow (1997) yaitu:

$$n = \frac{Z^2 \times p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,10^2} = 96,04$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = Nilai Standar = 1,96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = Alpa (0,10) atau sampling eror = 10%

maka diperoleh sampel minimal yang dibutuhkan adalah 96 responden, dan dalam penelitian ini didapat 97 responden. Penelitian ini menggunakan rumus dari Lemeshow (1997) karena populasi yang dituju sangat besar dan jumlah dapat berubah-ubah.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penjelasan mengenai variabel yang digunakan agar dapat diukur secara tepat.

3.5.1 Variable bebas (*Independent variable*)

Variable bebas adalah variable yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel lain. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel *independent* (bebas) yaitu:

X_1 : Shopee *PayLater*

3.5.2 Variabel Intervening (Variabel Moderator)

Variabel Intervening adalah variabel yang menjembatani atau memediasi hubungan antara variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependen*). Artinya, variabel ini tidak berdiri sendiri, tetapi hadir di tengah-tengah untuk menjelaskan bagaimana atau mengapa variabel bebas dapat memengaruhi variabel terikat.

Z : Perilaku Konsumtif

3.5.3 Variabel terikat (Dependent Variabel)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah:

Y: Keputusan Pembelian (Y).

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2013) instrumen penelitian merupakan alat ukur untuk mengukur fenomena yang diteliti. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner berdasarkan indikator dari masing-masing variabel.

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Shopee <i>PayLater</i> (X1)	Shopee <i>PayLater</i> merupakan metode pembayaran yang praktis dan cepat, memungkinkan pengguna melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayarnya kemudian dengan proses aktivasi yang sederhana melalui aplikasi Shopee tanpa prosedur rumit	1. Mudah dalam penggunaan.	Likert

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		Shopee <i>PayLater</i> diawasi secara resmi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan PT Commerce Finance sebagai penyedia layanan telah berizin, sehingga menjamin keamanan transaksi dan perlindungan konsumen	2. Aman dengan diawasi OJK	Likert
		Layanan ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran secara cicilan tanpa harus memiliki kartu kredit, dengan tenor cicilan fleksibel mulai dari 1 hingga 12 bulan bahkan lebih, sehingga memudahkan akses kredit bagi pengguna Shopee	3. Cicilan tanpa kartu kredit.	Likert
2.	Perilaku Konsumtif (Z)	Dorongan untuk membeli barang atau jasa demi	1. Pengaruh Gengsi	Likert

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		meningkatkan citra diri dan status sosial, bukan berdasarkan kebutuhan fungsional, melainkan untuk memperoleh pengakuan, prestise, dan rasa percaya diri di lingkungan sosial.		
		Individu lebih memilih membeli barang berdasarkan keinginan pribadi tanpa mempertimbangkan kebutuhan pokok yang sebenarnya penting.	2. Pembelian Impulsif	Likert
		Konsumsi dilakukan untuk mengikuti tren atau gaya hidup tertentu agar tidak ketinggalan zaman dan menjaga citra sosial.	3. Gaya Hidup	Likert
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Tahap di mana konsumen menyadari adanya kebutuhan atau masalah yang	1. Pengenalan Kebutuhan	Likert

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		harus dipenuhi dengan membeli produk.		
		Konsumen membandingkan berbagai pilihan produk atau merek sebelum menentukan keputusan pembelian.	2. Pencarian Informasi	Likert
		Tahap konsumen memutuskan produk atau merek mana yang akan dibeli serta kapan dan di mana pembelian dilakukan	3. Keputusan Pembelian	Likert

Sumber : Data diolah 2025

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data serta keterangan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis menggunakan pengumpulan data melalui :

1. Kuesioner

Menurut (Sugiyono 2017) kuesioner merupakan instrument untuk pengumpulan data, dimana responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap,

kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian dan perilaku dari responden. Dalam kata lain, para peneliti dapat melakukan pengukuran bermacam-macam karakteristik dengan menggunakan kuesioner.” Kuesioner akan dibagikan kepada mahasiswa STIA Amuntai yang menggunakan Shopee *PayLater*, berupa rangkaian pertanyaan terkait pengaruh fitur *PayLater* terhadap keputusan pembelian di *marketplace* Shopee.

2. Skala Likert

Proses atau teknik penentuan skor atas jawaban responden yang dilakukan dengan membuat klasifikasi dan kategori yang cocok tergantung pada anggapan atau opini responden. Perhitungan scoring di lakukan dengan menggunakan skala likert, skala Likert adalah “Skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial” (Riduwan 2016). Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert 1-5 dengan keterangan sebagai berikut:

- a. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
- b. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
- c. Skor 3 untuk jawaban Kurang Setuju (KS)
- d. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
- e. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS).

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Menurut 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.

Suatu tes dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya tes tersebut. Suatu tes menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan diadakannya pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian dilakukan dengan Pearson Correlation menggunakan *software* SPSS, Pengukuran dilakukan dengan mengkorelasikan skor butir pertanyaan dengan total skor variabel independen maupun variabel dependen. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% dengan kriteria pengujian bila nilai r hitung $>r$ tabel maka disimpulkan butir pertanyaan valid, sebaliknya jika nilai r hitung $<r$ tabel maka butir pertanyaan dikatakan tidak valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indikator yang menunjukkan kredibilitas hasil pengukuran. Jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, maka kuesioner tersebut dikatakan reliabel. Pada Uji realibilitas, pengukuran dibandingkan dengan pertanyaan lain menggunakan uji statistik

Cronbach's Alpha (α). Imam Ghozali (2016) berpendapat bahwa suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,70$.

3.9 Uji Asumsi Klasik

Untuk memastikan kelayakan model regresi, dilakukan beberapa uji asumsi klasik berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable terikat dan variable bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji kolmogrov Smirnov satu arah. Untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak yaitu dengan menilai signifikannya. Jika signifikan $>0,05$ maka variabelnya tidak berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan < 0.05 maka variable berdistribusi normal (Sitti Jamila,2021)

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independent yang memiliki kemiripan antar variabel independent dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan menyebabkan korelasi yang sangat kuat. Uji ini juga digunakan untuk menghalau kebiasaan dalam proses memperoleh keputusan mengenai pengaruh pada uji persial masing masing dependen. Jika VIF yang dihasilkan antara 1-10 maka tidak mengalami multilinieritas. 77 terdapat dua cara dalam menentukan apakah terjadi multikolinieritas hanya meliat nilai $< (a)$ dan variance inflation factor(VIF)

- a Apabila hasil tolerance $< 0,10$ dan hasil variance inflation factor(VIF) > 10 akan terjadi multikolinieritas akibat permasalahan multikolinieritas. Jika hasil tolerance $> 0,10$ dan hasil variance inflation factor(VIF) < 10 jadi tidak ada multikolinieritas. Regresi dikatakan sesuai apabila tidak mempunyai korelasi dengan variabel independent.
- b Apabila hasil variance inflation faktor (VIF) $< 10,00$ seharusnya tidak terjadi multikolinieritas dan jika hasil variance inflation faktor (VIF) $> 10,00$ maka terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan guna untuk mengetahui terjadinya perbedaan variance residual suatu periode analisis ke periode analisis lain. Dalam memprediksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas oleh suatu model dapat dilihat dari pola gambar scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0, titik titik data tidak mengumpulkan hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik titik data tidak boleh membentuk gambar bergelombang menyebar kemudian mengecil dan menyebar Kembali, penyebaran titik titik data tidak beraturan. (Wiratna Sujarweni, 2015)

3.10 Teknik Analisis Data

3.10.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan terhadap model lebih dari satu variable independent, untuk mengetahui sejauh

manipengaruhnya terhadap variable dependen. Persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2(Z) + e$$

Dimana :

Y : Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)

X1: Variabel Bebas Pertama (Shopee *PayLater*)

(Z): Variabel Bebas Kedua (Perilaku Konsumtif)

a: Konstanta

b: Koefisien regresi

e: eror

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji t (Uji Parsial)

Ghozali (2018) mengatakan bahwa uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi uji t $< 0,05$ maka disimpulkan bahwa secara individual variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Langkah untuk uji t adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan hipotesis yang akan diuji. Hipotesis yang akan diuji yaitu:

H0 : $\beta_i = 0$, artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat.

H1 : $\beta_i \neq 0$, artinya variabel bebas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat.

2. Menentukan tingkat signifikansi = α sebesar 0,05. Menentukan daerah keputusan: Apabila $t_{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial Shopee *PayLater* (X) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y).
3. Apabila $t_{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya secara parsial Shopee *PayLater* (X) tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y).

3.10.2 Uji Simultan (F)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa berpengaruh variabel bebas ($X_1, (Z)$) secara Bersama sama kepada variabel tidak bebas (Y).⁸¹ penentuan dalam uji F yaitu tingkat sig 5% jika nilai $sig F < 0,05$ maka ada pengaruh Bersama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui presentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X). Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengenali seberapa persen variabel independent sanggup menerangkan variabel dependent yang bisa dilihat dari nilai R Squer. Jika koefisien determinasi = 1 dapat diartikan variabel dependen memberikan informasi yang diberikan untuk memperkirakan variabel dependen, begitu juga sebaliknya, jika koefisien determinasi = 0, tidak mampu memberikan penjelasan pengaruh terhadap variabel dependen.