

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini berada di STIKI Malang. Responden berpartisipasi dalam ulasan ini merupakan mahasiswa aktif STIKI. Dari Mei hingga Juli 2024 ulasan ini dilakukan.

#### **3.2 Pengumpulan Data**

Bahan didapat dalam bentuk sebaran kuesioner kepada responden. Responden tersebut yaitu mahasiswa aktif STIKI Malang agar mendapat data yang valid dan dapat dipercaya.

#### **3.3 Hipotesis Penelitian**

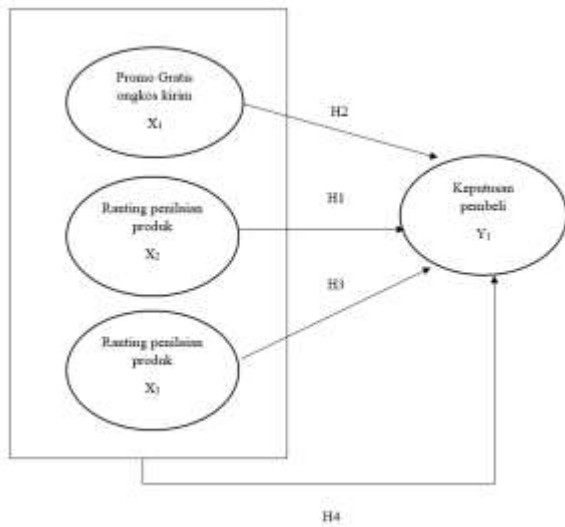
Hipotesis pada penelitian ini adalah dapat dilihat pada **gambar 3.1**

H1 : Promo gratis ongkir berpengaruh terhadap keputusan pembeli

H2 : Rating penilaian produk berpengaruh terhadap keputusan pembeli

H3 : Shopee live berpengaruh terhadap keputusan pembeli

H4 : Hubungan bersama-sama antara variabel X1, X2, X3 dengan keputusan pembelian



Gambar 3.1 hipotesis

### 3.4 Jenis Penelitian

Ulasan ini termasuk yang berupaya menjelaskan hubungan sebab akibat antar faktor uji hipotesis.

### 3.5 Populasi Dan Sampel

#### 1. Populasi

Anggotanya yang mahasiswa aktif STIKI yang berjumlah 1237 mahasiswa dari semua prodi disajikan:

Tabel 3.1 populasi

Populasi	Jumlah
Teknik informatika	554
Sistem informasi	284
Desain komunikasi visual	399
Jumlah total	1237

#### 2. Sampel

Menggunakan rumus slovin untuk menentukan

sampel. Dan rumusnya:

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

n: Kadar Sampel

N: Kadar Populasi

e: (1-Tingkat Kepercayaan) = 1-0,9 = 0,1 Tingkat Kepercayaan ( $\alpha$ ) = 90%, 95%, 99%

Apabila tingkat kepercayaan yang diinginkan adalah 90%, maka e = 1 - 0,9 = 0,1 dan N = 1273, maka total specimen yang akan dikaji;

= 1273

**1+1273 (0,1<sup>2</sup>)**

n = 91,8433931485 dapat dibulatkan menjadi 92

akan tetapi total sampel yang diambil ialah 100 responden, tersaji dibawah

Table 3.2 Sampel

Sampel	Jumlah
Teknik Informatika	32
Sistem Informasi	40
Desain Komunikasi Visual	28
Jumlah Total	100

### 3.6 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan penulis adalah teknik *Simple Random Sampling*, dimana tiap anggota populasi diberikan kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel.

### **3.7 Definisi Operasional variabel**

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel- variabel yang terkait dalam penelitian ini. Variabel-variabel yang akan diukur dalam penelitian ini yaitu: Variabel Bebas (Independent Variable) Menurut Sugiyono (2012:39) memberikan pengertian variabel independen sebagai berikut: Variabel Independen dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel

Yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”

Metode regresi linear berganda memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan metode analisis lainnya, terutama dalam konteks penelitian yang melibatkan hubungan antara beberapa variabel. Berikut adalah beberapa kelebihan utama dari regresi linear berganda:

#### **Analisis Multivariat:**

Regresi linear berganda memungkinkan analisis simultan dari beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Ini berbeda dengan regresi linear sederhana yang hanya dapat menganalisis satu variabel independen. Dengan demikian, peneliti dapat memahami interaksi dan pengaruh berbagai faktor secara bersamaan.

#### **Kemampuan untuk Mengontrol Variabel Lain:**

Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengontrol variabel lain yang mungkin mempengaruhi variabel dependen. Ini membantu dalam mengisolasi pengaruh variabel independen yang sedang diteliti, sehingga hasil analisis lebih akurat dan dapat diandalkan.

### **Prediksi yang Lebih Akurat:**

Regresi linear berganda dapat digunakan untuk membuat prediksi yang lebih akurat mengenai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen. Ini sangat berguna dalam konteks bisnis dan pemasaran, di mana pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dapat membantu dalam merumuskan strategi yang lebih efektif.

### **Interpretasi yang Jelas:**

Hasil dari analisis regresi linear berganda dapat disajikan dalam bentuk koefisien yang menunjukkan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Ini membuat hasil analisis lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan oleh pembaca dan pemangku kepentingan.

### **Uji Hipotesis:**

Metode ini memungkinkan peneliti untuk melakukan uji hipotesis yang lebih kompleks. Peneliti dapat menentukan apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, serta menguji interaksi antara variabel.

### **Kesesuaian dengan Data:**

Regresi linear berganda dapat diterapkan pada data yang memenuhi asumsi-asumsi tertentu, seperti linearitas, homoskedastisitas, dan normalitas residual. Jika data memenuhi asumsi ini, regresi linear berganda dapat memberikan hasil yang valid dan dapat diandalkan.

### **Fleksibilitas:**

Metode ini dapat digunakan dalam berbagai bidang penelitian, termasuk ekonomi, psikologi, ilmu sosial, dan pemasaran. Fleksibilitas ini membuat regresi linear berganda menjadi alat yang sangat berguna untuk analisis data.

### **Analisis Residual:**

Regresi linear berganda memungkinkan analisis residual untuk mengevaluasi kesesuaian model. Peneliti dapat memeriksa apakah ada pola dalam residual yang menunjukkan bahwa model tidak sesuai, sehingga dapat dilakukan perbaikan.

Dengan kelebihan-kelebihan ini, regresi linear berganda menjadi metode yang sangat efektif untuk menganalisis hubungan antara variabel dalam berbagai konteks penelitian, terutama ketika banyak faktor yang berpotensi mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 3.3 variabel, indikator, item, sumber

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item</b>	<b>Sumber</b>
Promo gratis ongkir ( $X_1$ )	1. Gratis ongkos Kirim memberikan perhatian (sari 2019)	1.Promo gratis ongkos kirim dapat membantu saya memperoleh harga lebih	

	(X1.1)	terjangkau melalui potongan biaya pengiriman (sari 2019)	(Sari 2019)
	2. Gratis ongkos kirim memiliki daya Tarik (X1.2)	1.dengan potongan biaya pengiriman, saya merasa memperoleh keuntungan (sari 2019)	
	3. Gratis ongkos kirim membangkitkan keinginan pembeli (X1.3)	1. saya akan mempertimbangkan pembelian jika terdapat promo gratis ongkir (sari 2019)	
	4. Gratis ongkos kirim mendorong melakukan pembelian (X1.4)	1. saya pasti melakukan pembelian jika terdapat promo gratis ongkir (sari 2019)	
Ranting penilaian produk (Y <sup>2</sup> )	1 kesadaran (X2.1)	1. saya akan membeli produk jika total bintangnya sesuai dengan harapan saya	(Syafa & hariyanto,2020)
	2 frekuensi (X2.2)	2. saya akan membeli produk jika ada komentar pembelian berulang dari salah satu konsumen dan mereview produk	

	3. perbandingan (X2.3)	3. saya akan membaca ulasan pada produk yang akan saya beli serta membandingkan rating dan ulasan produk tersebut dengan etalase yang lain.	
	4. influence (X2.4)	4. penilaian produk dari pembeli lain mampu memberikan pengaruh bagi saya dalam memilih suatu produk	(Syafa & hariyanto,2020)
Shopee live (Y <sup>3</sup> )	1. daya tarik streamer (X3.1)	1. live streaming shopee dapat mendorong saya dalam melakukan pembelian yang impulsif (zuhdi et al., 2023)	(song & liu, 2021)
	2. keahlian streamer (X3.2)	1. saya akan melakukan pembelian jika streamer menarik dan komunikatif (verma & kumar,2021)  2. saya akan melakukan pembelian jika toko tersebut melakukan live streaming (singh 2023)	(verma & kumar,2021)  (singh 2023)
	3. kepercayaan streamer (X3.3)	Saya akan mempertimbangkan pembelian jika streamer menjelaskan produk yang saya	(wijaya & santoso 2020)



		inginkan. (wijaya & santoso 2020)	
	4. ketersediaan komunikasi langsung antara penonton dan streamer (X3.4)	Saya akan melakukan pembelian jika streamer merespon pertanyaan saya dengan cepat	
	5. fitur live streaming membuat pemirsa focus (X3.5)	Jika saya melakukan pembelian saya akan memilih toko yang ada jadwal rutin live streaming nya (kunda et al., 2019)	(kunda et al., 2019)
Keputusan pembeli Y <sup>1</sup>	1. pemilihan produk (Y1.1)	Selain faktor gratis ongkir, rating penilaian dan live streaming saya akan mempertimbangkan produk yang saya beli sesuai dengan kebutuhan saya	
	2. pemilihan merek (Y1.2)	Selain faktor gratis ongkir, rating penilaian dan live streaming saya akan mempertimbangkan merek produk yang saya beli.	

	<p>3. waktu pembelian (Y1.3)</p>	<p>1. selain faktor gratis ongkir, rating penilaian dan live streaming saya akan mempertimbangkan kota asal penjual.</p> <p>2. selain faktor gratis ongkir, rating penilaian dan live streaming saya akan mempertimangkan harga termurah</p>	
	<p>4. waktu pembelian (Y1.4)</p>	<p>1. Selain faktor gratis ongkir, rating penilaian dan live streaming saya akan mempetimbangkan waktu pembelian yaitu belanja disaat event yang ditawarkan shopee.</p>	
	<p>5. jumlah pembelian (Y1.5)</p>	<p>Selain faktor gratis ongkir rating penilaian dan live streaming saya akan mempertimbangkan jumlah pembelian produk berpengaruh terhadap potongan harga.</p>	

### 3.8 Skala pengukuran

Menurut (Likert 1932). Skala yang paling mudah digunakan adalah skala likert. Skala likert menggunakan beberapa butir pertanyaan untuk mengukur perilaku individu dengan merespon 5 titik pilihan pada setiap butir pertanyaan.

Tabel 3.4 Skala Pengukuran

No	Pilihan Jawaban	Angka
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 3.9 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

#### 1. Uji Validitas

Menurut (Yekti Asmoro Kanthi, 2018), “Dipakai untuk menaksir valid tidaknya data angket. Validnya angket dapat dilihat bilamana perbahasan pada angket mampu mengungkap identitas yang akan dinilai oleh angket tersebut”. 25 subjek tes ulasan ini dianggap relevan serta penelitian sebelum *instrument* dalam penelitian digunakan sebagai media dalam pengumpulan data di lapangan. Perhitungan korelasi antar setiap pernyataan

dengan hasil akhir yang menggunakan korelasi *product moment* yang dihasilkan dipakai untuk menguji validitas penelitian ini.

Memasukkan item-item kesimpulan dari responden masing-masing variabel ke dalam perhitungan *bivariate correlation* program SPSS dengan maksud pengujian validasi instrumen ulasan ini. Angka koefisien korelasi ( $r$ ) antar pertanyaan bertingkat bermakna kurang dari atau sama dengan 0,05 ( $\alpha=5\%$ ) atau ( $\geq 0,30$ ). Jika hasil  $R$  hitung lebih dari  $R$  tabel, dianggap valid.

## **2. Uji Reliabilitas**

*Alpha Cronbach* digunakan untuk uji reliabilitas penelitian ini. Jika terdapat hasil *alpha* sedikit rendah dari 0,6 disebut tidak reliabel, begitupun *alpha* melebihi 0,6 dinyatakan reliabel.

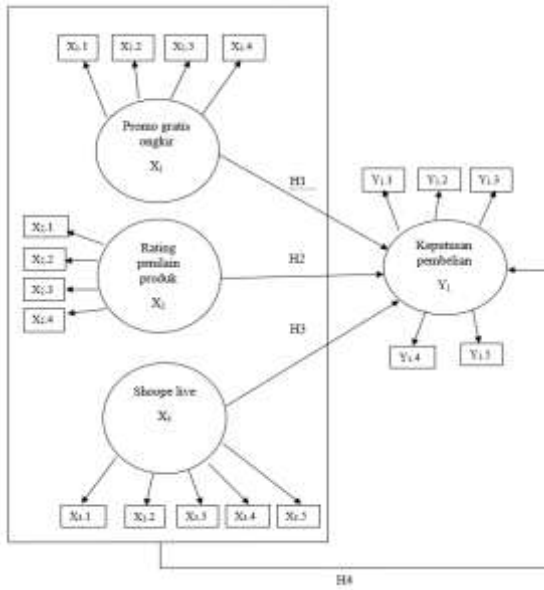
### **3.10 Teknik analisis data**

#### **3.10.1 Analisis Inferensial**

Menurut (Sugiyono, 2018), “Menjelaskan tentang hubungan atau korelasi antara variabel penelitian”. Analisis inferensial berfokus pada bidang kajiannya pada masalah hipotesis data untuk dapat menarik kesimpulan. Analisis data sampel dan hasilnya digunakan untuk populasi adalah tujuan dari penggunaan analisis ini.

#### **3.10.2 Ilustrasi Model**

Ilustrasi model penelitian yang dijelaskan pada tabel 3.3 variabel dan definisi operasional digunakan untuk mendapatkan suatu gambaran yang lebih konkrit model dari penelitian, maka diberikan visualisasi model di bawah ini



Gambar 3.2 Ilustrasi Model Penelitian

Pada model ini dijelaskan lebih detail tentang indikator indikator dari setiap variabel yang ada pada kerangka konsep bab 2. Dari setiap indikator akan menghasilkan item dari masing- masing indikator yang nanti nya di jadikan bahan kuisisioner dan di bagikan sebagai instrumen penelitian.