

BAB III

METODE PENELITIAN

III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional serta pengukuran variabel diperlukan untuk mendorong konsepsi yang masih bersifat abstrak menjadi sifat operasional sehingga dapat mempermudah pengukuran sebuah konstruk.

III.1.1 Definisi Operasional

Definisi operasional dari beberapa yang akan diteliti dalam riset ini dapat dijelaskan yaitu:

1. Keputusan Pembelian

Yakni proses dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian yang mana calon pelanggan memilih, memutuskan pembelian, menggunakan, serta memberikan kepuasan keinginan serta kebutuhan mereka.

2. Harga

Yakni pengeluaran sejumlah uang oleh pelanggan guna mendapat sebuah barang. Sedangkan dari sudut pandang penjual, harga Produk adalah sumber pendapatan atas penawaran produk yang diberikan.

3. Kualitas Produk

Yakni produk yang ditawarkan dimana produk tersebut harus memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.

4. Promosi

Yakni cara penjual mengkomunikasikan pada konsumennya yang mempunyai tujuan untuk memberitahukan informasi terkait barang supaya para pelanggan bersedia memutuskan pembelian produk yang ditawarkan.

III.1.2 Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dari setiap variabel berdasarkan tinjauan pustaka adalah sebagai berikut:

Rizky Dwijantoro, 2021

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

1. Keputusan Pembelian (Y)

Skor untuk pengukuran variabel keputusan pembelian diperoleh melalui kuisioner dengan Indikator yakni *Payment Method*, *Purchase Timing*, *Purchase Amount*, *Dealer Choice*, *Brand Choice*, dan *Product Choice* yang dilakukan pengukuran mempergunakan skala *likert*.

2. Harga (X₁)

Skor untuk pengukuran variabel harga yang diperoleh melalui kuisioner dengan indikator yaitu harga sesuai manfaat, keterjangkauan harga serta harga sesuai kualitas produk yang dilakukan pengukuran mempergunakan skala *likert*.

3. Kualitas Produk (X₂)

Skor untuk pengukuran variabel kualitas produk yang diperoleh melalui kuisioner dengan dimensi yang diambil beberapa dari keseluruhan dimensi yaitu Penyesuaian, Kesesuaian Kualitas, keandalan, desain, serta kemudahan perbaikan yang dilakukan pengukuran mempergunakan skala *likert*.

4. Promosi (X₃)

Skor untuk pengukuran variabel Promosi yang diperoleh melalui kuisioner dengan Indikator yaitu *direct marketing*, *public relations*, *personal selling*, *sales promotions*, serta *advertising* yang diukur menggunakan skala *likert*.

Tabel 2. Pengukuran Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)		<i>Payment Method</i>	<i>Likert</i>
		<i>Purchase Timing</i>	<i>Likert</i>
		<i>Dealer Choice</i>	<i>Likert</i>
		<i>Purchase Amount</i>	<i>Likert</i>
		<i>Product Choice</i>	<i>Likert</i>
		<i>Brand Choice</i>	<i>Likert</i>

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Harga (X1)		Keterjangkauan harga	Likert
		Harga sesuai kualitas produk.	Likert
		Harga sesuai manfaat	Likert
Kualitas Produk (X2)	Penyesuaian		Likert
	Kesesuaian Kualitas		Likert
	Keandalan		Likert
	Kemudahan Perbaikan		Likert
	Desain		Likert
Promosi (X3)		Direct Marketing	Likert
		Public Relations	Likert
		Advertising	Likert
		Sales Promotions	Likert
		Personal Selling	Likert

Sumber : data diolah.

III.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel

III.2.1 Populasi

Definisi populasi sesuai pandangan (Sugiyono, 2015 hlm.117) yaitu wilayah yang digeneralisasikan yang terdiri dari obyek ataupun subjek dengan karakteristik serta kualitas tertentu yang dipilih oleh peneliti guna dipahaminya lalu mengambil simpulan. Populasi pada riset ini yakni mahasiswa pengguna aplikasi Shopee yang berlokasi di Wilayah Jakarta Selatan. Yang mana pada hal itu jumlah populasi belum terketahui secara jelas.

III.2.2 Sampel

Sesuai pemaparan Sugiyono (2015, hlm.118) Sampel yaitu elemen dari

Rizky Dwijantoro, 2021

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

jumlah serta sifat-sifat yang dipunyai oleh populasi itu. Riset ini mempergunakan metode dalam mengambil sampel *non- probability sampling* dari jenis sampel *purposive sampling*.

Pada *non-probability sampling*, berdasarkan ketersediaan mereka (misalkan, sebab mereka secara sukarelawan ingin sebagai narasumber) ataupun sebab adanya suatu evaluasi pribadi peneliti, maka sampel bisa dipilih dengan dasar elemen demografis atas nama populasi.' (Ferdinand, 2014 hlm. 176).

Pemilihan sampel ini berjenis *purposive sampling*. Sampel yang yang pertimbangan dari peneliti berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Pertimbangan tersebut dilakukan pada pengambilan sampel yang akan diteliti yakni:

1. Responden yang di teliti adalah mahasiswa pengguna aplikasi Shopee yang berkuliah di Jakarta Selatan.
2. Responden yang di teliti merupakan berusia minimal 17 Tahun.
3. Responden yang di teliti merupakan responden yang minimal menggunakan aplikasi Shopee minimal 2 kali.

Menurut Roscoe, dalam (Ferdinand, 2014 hlm.173)ukuran sampel yang memadai adalah diatas 30 serta dibawah 500 sudah cukup untuk dapat dilakukannya penelitian. Pada jenis penelitian multivariate (atau juga digunakannya analisis regresi multivariat) seberapa banyak sampel ditetapkan dari 25 kali dari jumlah variabel bebas, sebab ada 3 variabel bebas dari riset ini, sehingga responden yang diperlukan sejumlah $25 \times 3 = 75$ responden. Maka, pada riset ini peneliti menentukan sampel sejumlah 75 responden dari mahasiswa pemakai aplikasi Shopee yang berlokasi di Wilayah Jakarta Selatan.

III.3 Teknik Pengumpulan Data

III.3.1 Jenis Data

Pada kajian ini, jenis data yang dipergunakan yakni jenis data kuantitatif. Data kuantitatif yakni data yang mencakup bentuk angka. Menurut bentuknya, teknik komputasi statistik dapat digunakan untuk mengolah atau menganalisis data.

III.3.2 Sumber Data

Pada riset ini mempergunakan data primer. Dengan definisi data primer

Rizky Dwijantoro, 2021

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

menurut (Sugiyono, 2015 hlm.193) yakni sumber data secara langsung menyajikan pada pengumpul data". Data didapat melalui *google form*.

III.3.3 Pengumpulan Data

Ketika mengumpulkan data pada riset ini yakni pembagian angket yang disebar melalui *google form* kepada pengguna Shopee di wilayah Jakarta Selatan. Variabel pada riset ini dilakukan pengukuran mempergunakan Skala *Likert*.

Adapun penelitian ini mempergunakan skala likert melalui keterangan sebagaimana tabel berikut :

Tabel 3. Skala *Likert*

Bobot	Penilaian	Keterangan
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	TS	Tidak Setuju
3	RG	Ragu-ragu
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir Pertanyaan	Jumlah Butir
Keputusan Pembelian (Y)		<i>Product Choices</i>	1,2	2
		<i>Brand Choices</i>	3,4	2
		<i>Dealer Choices</i>	5,6	2
		<i>Purchase Amount</i>	7,8	2
		<i>Purchase Timing</i>	9,10	2
		<i>Payment Method</i>	11,12	2
Harga (X1)		Keterjangkauan harga	13,14	2
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk.	15,16	2
		Kesesuaian harga dengan manfaat	17,18	2
Kualitas Produk	Penyesuaian		19,20	2

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir Pertanyaan	Jumlah Butir
(X2)	Kesesuaian Kualitas		21,22	2
	Keandalan		23,24	2
	Kemudahan Perbaikan		25,26	2
	Desain		27,28	2
Promosi (X3)		<i>Advertising</i>	29,30	2
		<i>Sales Promotion</i>	31,32	2
		<i>Personal Selling</i>	33,34	2
		<i>Public Realties</i>	35,36	2
		<i>Direct Marketing</i>	37,38	2

Sumber : Data diolah.

III.4 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

III.4.1 Analisis Deskriptif

Teknik analisis data yang dipergunakan oleh peneliti yaitu teknik analisis deskriptif, yang mana dipergunakan sebagai pemberian deskripsi secara empiris dari data yang telah terhimpun. (Ferdinand, 2014 hlm.229)

Dalam penelitian ini Analisis deskriptif ini menggunakan hasil perhitungan dari output SmartPLS 3.3.2 yaitu berdasarkan nilai mean, minimum, maximum dan standar deviasi. Nilai minimum digunakan untuk untuk melihat nilai paling terkecil pada masing-masing variabel, sedangkan nilai maksimum digunakan untuk melihat nilai terbesar pada masing-masing variabel. Nilai mean adalah nilai rata-rata atas sekumpulan data variabel-variabel dalam penelitian. Dan standar deviasi dalam penelitian ini digunakan untuk melihat tinggi rendahnya menyimpangan atau variasi suatu data. Sehingga variabel dalam penelitian ini adalah harga, kua.itas produk dan promosi, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Rizky Dwijantoro, 2021

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

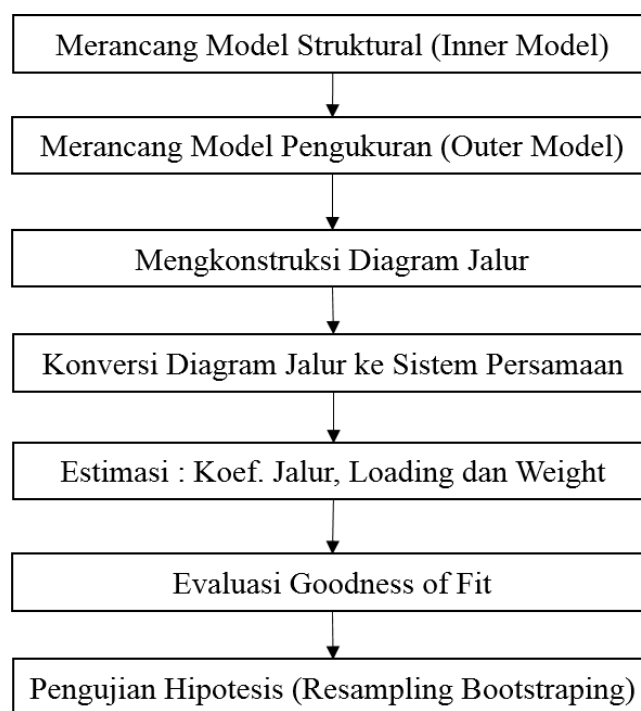
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

III.4.2 Analisis Inferensial

Yakni sebuah teknik analisis yang pada umumnya dipergunakan pada bidang manajemen sebagai penentu seberapa jauh persamaan dari hasil yang didapatkan dengan hasil keseluruhan populasi (Ferdinand, 2014).

Untuk melakukan analisis, alat yang dipergunakan oleh peneliti yaitu mempergunakan PLS (Partial Least Square). Alasan digunakannya SmartPLS karena banyaknya sampel pada riset ini sejumlah 75 responden. Maka penelitian ini memungkinkan untuk digunakannya alat analisis SmartPLS.

Adapun langkah-langkah analisis melalui mempergunakan PLS sesuai pemaparan (Noor, 2014, hlm. 147) :



Gambar 3. Langkah-Langkah Analisis PLS

Sumber : (Noor, 2014)

(Noor, 2014) menjelaskan langkah-langkah partial least square sebagai berikut:

1. Merancang Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model atau structural mendeskripsikan hubungan diantara variabel laten berdasar dari *substantive theory*. Rancangan model structural

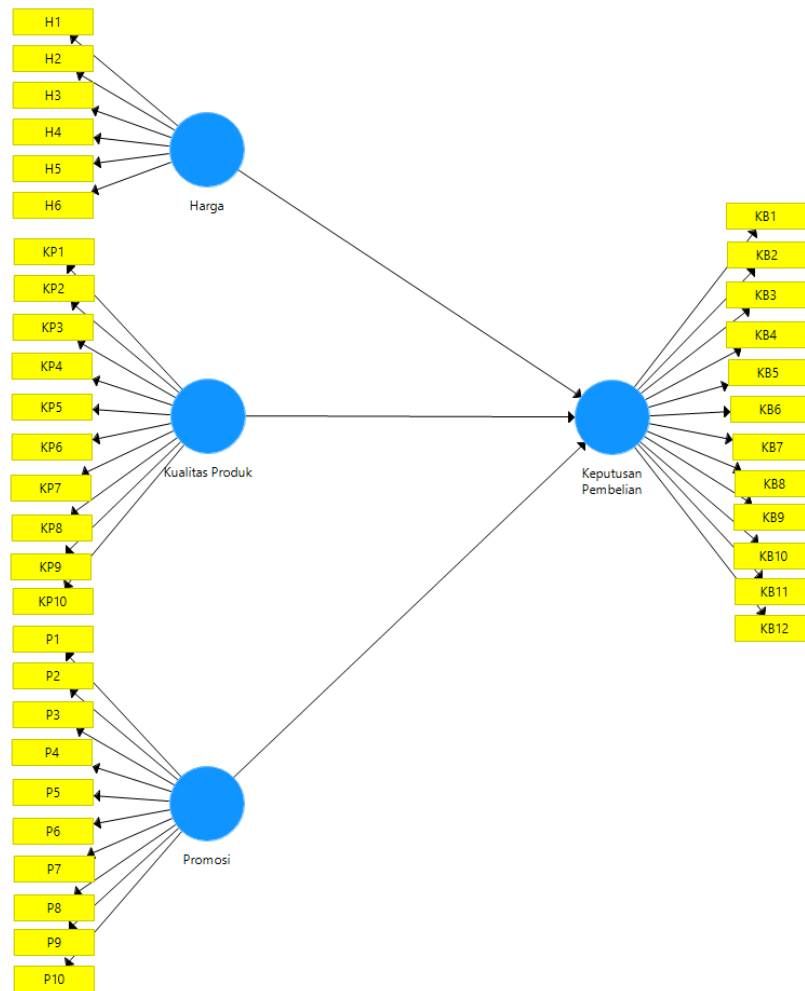
hubungan antarvariabel laten berdasar dari hipotesis penelitian atau rumusan masalah, terbagi menjadi: rasional, analogi, teori serta hasil penelitian terdahulu.

2. Merancang Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model memiliki tiap blok indikator yang berkaitan dengan variabel latennya. Merancang pengukuran rancangan dalam menetapkan karakteristik juga tiap variabel bebas, apakah formatif ataupun reflektif hasilnya. Dasarnya adalah berdasar pada teori, penelitian empiris terdahulu, atau rasional.

3. Mengkonstruksi Diagram Jalur PLS

Jika tahapan langkah datu dengan dua sudah dilaksanakan, setelahnya rancangan hasil *outer model* juga *inner model* dibentuk menjadi diagram jalur guna pemudahan pemahaman hasil. Adapun selaras dengan rumusan permasalahan serta tujuan penelitian, diagram jalur *PLS* dibentuk sebagaimana berikut yaitu :



Gambar 4. Kontruksi Diagram jalur PLS Penelitian

4. Konversi Diagram Jalur ke Sistem Persamaan

a. Model persamaan dasar dari outer model

Yakni spesifikasi hubungan antara indikator dan variabel bebas, dinamakan juga measurement model atau outer relation, yang mengartikan sifat-sifat variabel bersama konstruk manifestnya.

b. Model persamaan dasar dari inner model

Yakni spesifikasi hubungan antara variabel laten yang satu dengan lainnya, dinamakan juga inner relation, mendeskripsikan hubungan antar variabel bebas berdasar dari teori sebtantif penelitian.

5. Estimasi : Koef, Jalur, *Loading* dan *Weight*

Metode estimasi (pendugaan kualifikasi) pada PLS yaitu metode least square methods (kuadrat terkecil). Dalam proses menghitung dilaksanakan

menggunakan iterasi, yang mana pemberhentian iterasi terjadi bila sudah mencapai keadaan konvergen. Estimasi pada PLS mencakup 3 hal, yakni:

- a. Parameter lokasi dan *Means* (nilai konstanta regresi, intersep) bagi variabel laten dengan indikatornya.
- b. *Weight estimate* yang dipergunakan sebagai perhitungan data variabel bebas.
- c. Estimasi jalur (*Path estimate*) yang mengaitkan antar estimasi loading dengan variabel laten antara indikator dengan variabel laten.

6. Evaluasi *Goodness of Fit*

Yakni dilaksanakan guna memvalidasi rancangan secara menyeluruh mempergunakan indeks yang dimilikinya. Indeks dilakukan dalam upaya mengevaluasi outer model dan memberikan pengukuran secara ringkas bagi seluruh model yang telah diprediksi. Gof menggunakan R-Square (R^2) sebagai pengukuran bagi variabel laten laten yang berguna untuk menghitung nilai observasi serta estimasi yang dihasilkan.

Outer model terdiri dari :

a. Uji Validitas

Sesuai pandangan Ghazali (2014, hlm.39) mengemukakan bahwa uji validitas dipakai guna pengukuran salah satu valid ataupun tidak sebuah angket. Sebuah angket dinyatakan valid bila pertanyaan di angket sanggup dalam mengutarakan suatu hal yang akan dilakukan pengukuran oleh angket tersebut. Salah satu jenis dari uji validitas yaitu validitas konstruk.

Berdasar pada analisis serta uji validitas pada *outer model* (model pengukuran). Ghazali (2014, hlm. 39) mengemukakan bahwa nilai indikator valid ataupun tidak bisa diamati dari *AVE* atau *convergent validity*. Lebih lanjutnya Ghazali, (2014, hlm.39) menyatakan bahwa “skala pengukuran nilai *loading* 0.5 hingga 0.6 dinyatakan cukup, maksudnya item itu dianggap valid”.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas pada PLS dilakukan pengukuran mempergunakan 2 parameter yakni *composite reliability* serta Cronbach's *alpha* dari

indikator yang menghitung variabel. Ghozali, (2014, hlm.65). Konstruksi dikatakan reliabel jika masing-masing nilai dari kedua kriteria tersebut berada diatas 0,70 Ghozali (2014, hlm. 65)

Tabel 5. Tingkat Reabilitas menurut Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Realiabilitas
0,0 – 0,20	Kurang Reliabel
> 0,20 – 0,40	Agak Reliabel
> 0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
> 0,60 – 0,80	Reliabel
> 0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

c. Uji R-Square atau analisis koefisien determinasi (R²)

Uji dilakukan pada riset ini berfungsi guna pengukuran sejauh mana kesanggupan model ketika menjelaskan variasi variabel tergantung. R² merupakan indikator yang menggambarkan seberapa banyak variasi yang ada di dalam model. Nilai koefisien determinasi (R²) memiliki ukuran 0 (nol) serta 1 (satu). Nilai R² kecil memiliki arti kesanggupan variabel independen ketika menerangkan variabel bebas yang ada batasannya.

7. Pengujian Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Tahap terakhir dilakukannya uji hipotesis dengan menggunakan resampling bootstrapping. Uji ini menggunakan uji statistik. Dengan diterapkan metode resampling dapat memungkinkan berlakunya data berdistribusi bebas dimana tidak membutuhkan sampel yang besar

III.4.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang dilaksanakan mempergunakan uji signifikansi parsial atau uji-t yang mana akan memperlihatkan sejauh mana variabel bebas secara satu per satu akan terpengaruh ketika menjelaskan variasi dependen. Dalam riset ini uji hipotesis dinyatakan dalam pernyataan yaitu:

1. Hipotesis 1

Diduga harga memberi pengaruh pada keputusan pembelian.

Rizky Dwijantoro, 2021

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

H0: $\gamma_1 \neq 0$: Harga tidak memberikan pengaruh pada keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee.

H1: $\gamma_1 = 0$: Harga memberi pengaruh pada keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee.

2. Hipotesis 2

Diduga Kualitas Produk memberi pengaruh pada keputusan pembelian.

H0: $\gamma_2 \neq 0$: Kualitas produk tidak memberi pengaruh pada keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee.

H1: $\gamma_2 = 0$: Kualitas produk memberi pengaruh pada keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee.

3. Hipotesis 3

Diduga Promosi memberi pengaruh pada keputusan Pembelian

H0: $\gamma_3 \neq 0$: Promosi tidak memberi pengaruh pada keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee.

H1: $\gamma_3 = 0$: Promosi memberi pengaruh pada keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee.

Dimana kemudian dalam pengujian hipotesis oleh peneliti bisa menggunakan dasar penentuan hipotesis yaitu:

1. Bila nilai t_{tabel} diatas t_{hitung} ($t_{tabel} > t_{hitung}$), sehingga H0 diterima (Ha ditolak) dan probabilitas signifikan lebih kecil atau sama dengan nilai taraf nyata (Prob. Sig $> 0,05$) maka H1, H2, H3, ditolak (tidak signifikan). Maksudnya, tidak memiliki pengaruh.
2. Bila nilai t_{tabel} dibawah t_{hitung} ($t_{tabel} < t_{hitung}$), sehingga H0 ditolak (Ha diterima) dan probabilitas signifikan lebih kecil atau sama dengan nilai taraf nyata (Prob. Sig $\leq 0,05$) maka H1, H2, H3 diterima (signifikan). Maksudnya, memiliki pengaruh.