

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017), obyek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu). Obyek dari penelitian ini adalah konsumen yang sudah memiliki dan menggunakan aplikasi Shopee dengan menggunakan Voucher Gratis Ongkos Kirim di Shopee. Lokasi penelitian ini bertempat di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi menurut Sugiyono (2017), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata yang memiliki dan menggunakan aplikasi Shopee dengan menggunakan Voucher Gratis Ongkos Kirim yang bertempat tinggal di Kota Semarang, yang jumlah populasinya tidak terbatas atau tidak diketahui sehingga diperlukan sampel untuk melakukan penelitian ini.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Jadi sampel dari penelitian ini adalah sebagian mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata yang memiliki dan menggunakan aplikasi Shopee dengan menggunakan Voucher Gratis Ongkos Kirim yang bertempat tinggal di Kota Semarang dalam satu bulan terakhir. Menurut Sekaran (2015), ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan peneliti. Maka sampel yang diambil sebanyak 50 sampel dari jumlah minimal dengan pertimbangan kondisi yang sedang terjadi pandemi Covid-19 sehingga tidak memungkinkan bertemu langsung

dengan konsumen. Selain itu, syarat jumlah sampel untuk diolah dengan analisis regresi, minimum jumlah sampelnya adalah sejumlah 30 pengamatan dan jumlah populasi responden yang memiliki dan menggunakan aplikasi Shopee dalam satu bulan terakhir tidak diketahui secara pasti jumlahnya sehingga peneliti dapat menghemat waktu untuk pengumpulan data.

Teknik pengambilan sampel ini menggunakan nonprobability sampling. Nonprobability sampling merupakan suatu metode pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* adalah metode yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017), dimana penelitian ini mengambil sampel berdasarkan karakteristik tertentu yaitu mahasiswa yang berada di Kantin Gedung Thomas Aquinas Universitas Katolik Soegijapranata di Kota Semarang yang dalam satu bulan terakhir memiliki dan menggunakan aplikasi Shopee dengan menggunakan Voucher Gratis Ongkos Kirim.

Karena jumlah sampel dalam penelitian ini tidak diketahui, maka untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus Slovin (Sugiyono, 2015). Maka jumlah responden pada penelitian adalah :

Rumus:

$$n = \frac{N}{1+(N(e^2))}$$
$$n = \frac{10.000}{1+(10.000(0,15^2))}$$
$$= \frac{10.000}{1+225}$$
$$= \frac{10.000}{226}$$
$$n = 50$$

3.3. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian, diperlukan jenis data dan sumber data yang lengkap dan akurat. Pada penelitian ini jenis datanya adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu maupun perseorangan yang berupa pengisian kuesioner atau hasil dari wawancara yang dilakukan peneliti (Sugiyono, 2017). Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban dari responden Universitas Katolik Soegijapranata yang memiliki dan menggunakan aplikasi Shopee dengan menggunakan Voucher Gratis Ongkos Kirim di Kota Semarang.

Sumber data yang didapatkan dari mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata yang memiliki dan menggunakan aplikasi Shopee dengan menggunakan Voucher Gratis Ongkos Kirim di Kota Semarang.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang berbentuk kuesioner. Menurut Sugiyono (2017), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya yang diberikan kepada responden secara langsung.

Kuesioner dalam penelitian ini diberikan dengan cara memberikan kuesioner online lewat Google Form kepada mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata untuk mengetahui apakah mahasiswa lebih banyak berbelanja di situs jual beli online Shopee dengan menggunakan Voucher Gratis Ongkos Kirim. Dimana sebelumnya direncanakan untuk dibagi kuesioner secara langsung untuk diberikan di kantin Thomas Aquinas. Namun karena pandemic Covid 19, kuesioner disebar via WA dan Line.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Skala Likert. Skala likert yang digunakan memiliki nilai numerik 1,2,3,4, dan 5 diberikan pada setiap tingkat persetujuan secara berurutan, dengan ketentuan. Dengan kategori 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral), 4 (setuju), dan 5 (sangat setuju) (Sugiyono, 2015)

Statistik Deskriptif

Alat analisis dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yaitu menganalisa hasil data yang berupa keterangan dan penjelasan dari kuesioner yang sudah diperoleh dengan cara mengelompokkan terlebih dahulu hasilnya yang dapat digunakan sebagai acuan dalam menganalisa sesuai dengan teori dan permasalahan yang ada. Selanjutnya hasil dari analisa tersebut dapat digunakan sebagai dasar pemberian saran jika diperlukan (Sugiyono, 2017).

Rumus menghitung rentang skala :

$$\begin{aligned} R_s &= \frac{\text{nilai terbesar} - \text{nilai terkecil}}{m} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Keterangan :

5 = nilai tertinggi

1 = nilai terendah

m = skala kategori (STS, TS, N, S, SS)

Rentang skala

Tabel 3. 1 Rentang Skala

Rentang skala	Promosi Penjualan	Keputusan pembelian
1,00 - 1,08	Sangat Tidak Setuju (STS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
1,09 - 2,6	Tidak Setuju (TS)	Tidak Setuju (TS)
2,61 -3,4	Netral (N)	Netral (N)
3,41 – 4,2	Setuju (S)	Setuju (S)
4,3 – 5,0	Sangat setuju (SS)	Sangat setuju (SS)

Pada saat ini sedang terjadi pandemi Covid-19 dan mengakibatkan untuk *social distancing*. Dengan adanya hal tersebut, berdampak pada jumlah mahasiswa lebih sedikit untuk bertemu dengan mahasiswa sehingga peneliti mengirim pesan melalui sosial media (line/WA). Peneliti mengajukan pertanyaan pertama yang diberikan kepada mahasiswa untuk diperbolehkan

minta waktunya sebentar tentang penelitian skripsi yaitu Shopee. Setelah diperbolehkan peneliti mengajukan pertanyaan kedua apakah memiliki dan menggunakan aplikasi Shopee dalam satu bulan terakhir dengan menggunakan Voucher Gratis Ongkos Kirim. Jika menggunakan Voucher Gratis Ongkos Kirim, maka yang bersangkutan diminta kesediannya untuk mengisi kuesioner. Selanjutnya peneliti juga mengajukan pertanyaan kepada mahasiswa lain dan pada akhirnya peneliti mencapai jumlah yang sudah ditentukan.

3.5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Sebelum melakukan uji validitas dan uji reliabilitas maka perlu dilakukan uji kuesioner yang dilakukan kepada responden untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut valid.

3.5.1. Validitas

Uji validitas merupakan suatu alat uji yang digunakan untuk menguji valid atau tidaknya item pernyataan kuesioner. Jika valid maka dapat digunakan untuk mengukur sampel yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan korelasi dengan alat bantu *SPSS for Windows* untuk uji validitas. Menurut Ghozali (2015), suatu indikator dinyatakan valid jika *Corrected item-Total Correlation* r hitung $>$ r tabel. Nilai r tabel = 0,235; $df = n - 2$, Nilai $df = 50 - 2 = 48$ dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0.05.

Tabel 3. 2

Uji Validitas Promosi Penjualan

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
PP1	.670	0,235	Valid
PP2	.744	0,235	Valid
PP3	.795	0,235	Valid
PP4	.744	0,235	Valid

Data primer diolah (2021)

Dari tabel di atas diketahui bahwa indikator PP1 sampai dengan PP4 pada variabel promosi penjualan memiliki r hitung lebih besar dari r tabel. Sehingga dapat dikatakan variabel promosi penjualan adalah valid.

Tabel 3. 3

Uji Validitas Keputusan Pembelian

Indikator	r hitung	r hitung	Keterangan
KP1	.669	0,235	Valid
KP2	.789	0,235	Valid
KP3	.783	0,235	Valid
KP4	.698	0,235	Valid

Data primer diolah (2021)

Dari tabel di atas diketahui bahwa indikator KP1 sampai dengan KP4 pada variabel keputusan pembelian memiliki r hitung lebih besar dari r tabel. Sehingga dapat dikatakan variabel keputusan pembelian adalah valid.

3.5.2. Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan suatu uji untuk menghasilkan instrument yang dapat digunakan beberapa kali untuk pengukuran obyek yang sama serta menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017). Dalam Uji reliabilitas penelitian ini, peneliti menggunakan *Cronbach's Alfa* dengan alat bantu *SPSS for Windows*. Suatu indikator dalam instrument tersebut dinyatakan reliabel jika *Cronbach's Alfa* >0.60 (Ghozali, 2011).

Tabel 3. 4

Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Nilai	Keterangan
1	Promosi Penjualan	0,879	0,6	Reliabel
2	Keputusan Pembelian	0,870	0,6	Reliabel

Dari tabel di atas diketahui bahwa pada variabel promosi penjualan dan keputusan pembelian memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6. Sehingga dapat dikatakan variabel promosi penjualan dan keputusan pembelian adalah reliabel.

3.6. Teknis Analisis Data

3.6.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel independen (promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian secara online di Shopee). Rumus yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian secara online di Shopee

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi dari promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim

X_1 = Voucher Gratis Ongkos Kirim

3.6.2. Uji t

Menurut Ghozali (2011), uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen (promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim) secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (keputusan pembelian secara online di Shopee). Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, $\alpha = 5\%$
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, $\alpha = 5\%$

Sehingga t_{tabel} nya adalah 1,677 ($df = n - k$)

Keterangan :

n = jumlah responden

k = jumlah variabel penelitian

Hipotesis :

- H0 : promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian secara online di Shopee.
- H1 : promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian secara online di Shopee.

3.6.3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam mengukur variasi variabel dependen. Semakin besar nilai koefisien determinasi artinya semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan dengan nilai adjusted R dari model regresi karena adjusted R Square dapat naik turun jika suatu variabel independen ditambahkan (Ghozali, 2011).