

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode yang menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap suatu fenomena sosial.<sup>36</sup> Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data penelitian berupa angka dan analisis yang digunakan adalah statistik.<sup>37</sup>

Jenis penelitian kuantitatif yang digunakan adalah kuantitatif prediktif atau inferensial. Penelitian kuantitatif prediktif yaitu penelitian yang mengumpulkan dan mengolah data angka. Penelitian prediktif adalah suatu metode penelitian yang bertujuan untuk memprediksi kecenderungan dari fenomena yang ada, yang berlangsung pada saat ini atau yang telah lalu. Penelitian ini tidak menggunakan manipulasi atau perubahan variabel-variabel bebas, tetapi menggambarkan kondisi apa adanya.<sup>38</sup>

#### **3.2. Subjek Penelitian**

##### **3.2.1. Populasi**

Populasi menurut Namawi adalah total nilai yang mungkin hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif maupun kualitatif pada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap. Sedangkan Riduwan mengatakan

---

<sup>36</sup> Gidion. “*Research Methodology*,” (Yogyakarta: Mahata). Hlm.12.

<sup>37</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*,” (Bandung: Alfabet, 2019), hlm.16.

<sup>38</sup> Gidion, Op. Cit. Hlm.13.

bahwa populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian. Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah tertentu yang termasuk dalam syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian.<sup>39</sup> Populasi dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Populasi finit yaitu populasi yang memiliki sumber datayang jelas batas-batasnya secara kuantitatif sehingga dapat dihitung jumlahnya.
- b. Populasi infinit yaitu populasi yang sumber datanya tidak dapat ditentukan batas-batasnya sehingga relatif tidak dapat dinyatakan dalam bentuk jumlah.<sup>40</sup>

Penelitian ini memiliki populasi finit dengan perkiraan total mahasiswa di Kota Semarang sebanyak 231.636 mahasiswa sesuai dengan data survey terbaru BPS Jateng<sup>41</sup>. Data *Business Development Director* Snapcart Asia Pasifik Felix Sugianto di Kantor Snapcart, Jakarta Selatan, yang mengatakan bahwa anak-anak muda usia 15-34 tahun mendominasi 80% dari pada penggunaan *e-commerce*. Maka dari itu, populasi penelitian ini adalah mahasiswa yang rata-rata berumur 18-24 tahun di Kota Semarang

---

<sup>39</sup> Ibid. Hal 38

<sup>40</sup> Syofian Siregar, "*Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*," (Jakarta: PT Bumi Aksara , 2017), Hlm 56.

<sup>41</sup> BPS, "*Jumlah Mahasiswa*", Badan Pusat Statistik Jawa Tengah, 2021, diakses dari <https://jateng.bps.go.id/statictable/2020/06/15/1803/jumlah-perguruan-tinggi1-mahasiswa2-dan-tenaga-pendidik-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementerian-ri-seteknologi-dan-pendidikan-tinggi-kementerian-pendidikan-dan-kebudayaan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-tengah-2018-dan-2019.html>

### 3.2.2. Sampel Penelitian

Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, maka jumlah sampel yang harus didapatkan tidak didasarkan pada jumlah proporsional, melainkan berdasarkan *judgement* atau kriteria-kriteria yang telah peneliti cantumkan pada poin teknik *sampling*. Peneliti mengambil sampel penelitian sebanyak 105 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *sampling purposive*. *Sampling purposive* adalah Teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu.<sup>42</sup> Kriteria yang disyaratkan agar anggota populasi dapat menjadi sampel penelitian yaitu:

- a. Mahasiswa yang pernah melakukan pembelian barang atau jasa melalui toko *online*
- b. Mahasiswa di Kota Semarang yang pernah mendengar dan/atau melihat *campaign JD.ID #DijaminOri*

### 3.3. Operasionalisasi Konsep

Berikut ini merupakan operasionalisasi konsep yang dijelaskan dalam

Tabel 3.1:

---

<sup>42</sup> Ibid. Hal.60.

**Tabel 2.1 Konsep Operasional**

| <b>Variabel</b>         | <b>Dimensi</b>                   | <b>Indikator</b>  | <b>Skala</b> | <b>Sumber</b>   |
|-------------------------|----------------------------------|---|--------------|---|
| <i>Tagline (x)</i>      | <i>Familiarity</i>               | Mudah diingat   | Interval     | Widyastuti dan Nugroho, “Efektivitas <i>Tagline</i> #IjaminOri terhadap Brand Awareness E-Commerce JD.ID”, (2018) |
|                         | <i>Differentiation</i>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki ciri khas</li> <li>• Sesuai dengan harapan konsumen</li> </ul>  |              |   |
|                         | <i>Message of Value</i>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menarik perhatian</li> <li>• Mudah dimengerti</li> <li>• Membangkitkan emosi</li> <li>• Memancing untuk memberikan pendapat</li> </ul> |              |   |
| Keputusan Pembelian (Y) | <i>Problem Recognition</i>       | Konsumen menyadari adanya kebutuhan akan suatu produk   | Interval     | Harahap, “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan pembelian Konsumen Di Pajak USU (Pajus)Medan “, (2015)      |
|                         | <i>Information Search</i>        | Konsumen mencari produk baik dari teman, keluarga, media massa <i>online</i> atau <i>offline</i>  |              |   |
|                         | <i>Validation of Alternative</i> | Konsumen melakukan validasi <i>alternative</i> produk   |              |   |
|                         | <i>Purchase Decision</i>         | Konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk  |              |   |
|                         | <i>Post Purchase Behavior</i>    | Konsumen melakukan evakuasi pasca pembelian produk  |              |   |

Sumber: Diolah Peneliti (2021)

### 3.4. Indikator Variabel

Penelitian ini menggunakan 2 macam variabel yaitu, variabel terikat yang tergantung dengan variabel yang lainnya, serta variabel bebas yang merupakan variabel yang tidak memiliki ketergantungan terhadap variabel lainnya. Variabel bebas atau variabel X adalah variabel yang dianggap sebagai penyebab munculnya

variabel terikat yang diduga sebagai akibat.<sup>43</sup> Variabel terikat atau variabel Y adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel akibat.

Penelitian ini ditunjukkan untuk mengukur sejauh mana efektivitas *tagline* JD.ID #DijaminOri terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa kota Semarang. Jadi variabel dalam penelitian ini adalah:

Variabel X : Efektivitas *Tagline* #DijaminOri pada JD.ID

Variabel Y : Keputusan Pembelian

### 3.5. Hipotesis Riset

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang sudah diuraikan sebelumnya, maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

Ha: *Tagline* #DijaminOri pada JD.ID efektif mempengaruhi keputusan pembelian pada mahasiswa di Kota Semarang

H0: *Tagline* #DijaminOri pada JD.ID tidak efektif mempengaruhi keputusan pembelian pada mahasiswa di Semarang.

### 3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data dari subjek penelitian dengan menggunakan instrumen-instrumen penelitian. Instrumen yang digunakan sebagai metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan

---

<sup>43</sup> Sugiyono, Op.Cit. Hal 69.

tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien, bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.<sup>44</sup>

Kuesioner penelitian ini menggunakan skala pengukuran berbentuk skala *Likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu kejadian atau gejala sosial.<sup>45</sup> Skala *Likert* akan mengandung dua jenis pernyataan yaitu, pernyataan *favorable* dan pernyataan *unfavorable* yang mengacu pada dimensi-dimensi variabel penelitian.

Skala yang akan dibuat berjumlah 2 skala *likert*, yaitu skala *Tagline* dan skala keputusan pembelian barang. Adapun *blueprint* masing-masing skala, sebagai berikut:

**Tabel 3.2 *Blueprint* Skala Keputusan Pembelian**

| No | Dimensi-dimensi                  | Indikator  | Butir Item |       | Jumlah |
|----|----------------------------------|--|------------|-------|--------|
|    |                                  |  | Fav        | Unfav |        |
| 1  | <i>Problem Recognition</i>       | Konsumen menyadari adanya kebutuhan akan suatu produk  | 2          | 2     | 4      |
| 2  | <i>Information Search</i>        | Konsumen mencari produk baik dari teman, keluarga, media massa <i>online</i> atau <i>offline</i> | 4          | 4     | 8      |
| 3  | <i>Validation of Alternative</i> | Konsumen melakukan validasi alternatif produk  | 2          | 2     | 4      |
| 4  | <i>Purchase Decision</i>         | Konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk   | 2          | 2     | 4      |

<sup>44</sup> Sugiyono, Op. Cit. Hal. 142.

<sup>45</sup> Gidion, Op. Cit. Hal 57.

|              |                               |  |           |           |           |
|--------------|-------------------------------|--|-----------|-----------|-----------|
| 5            | <i>Post Purchase Behavior</i> | Konsumen melakukan evaluasi pasca pembelian produk | 2         | 2         | 4         |
| <b>Total</b> |                               |  | <b>12</b> | <b>12</b> | <b>24</b> |

Sumber: Diolah peneliti (2021)

Tabel diatas menjelaskan bahwa dalam Dimensi *Problem Recognition* terdapat 2 item *Favorable* (pernyataan positif) dan 2 item *Unfavorable* (pernyataan negative). Dimensi *Information Search* memiliki 4 item *favorable* dan 4 item *unfavorable*. Dimensi *Validation of Alternative* memiliki 2 item *favorable* dan 2 item *unfavorable*. Dimensi *purchase Decision* memiliki 2 item *favorable* dan 2 item *unfavorable*. Dimensi terakhir yaitu *post purchase behavior* memiliki 2 item *favorable* dan 2 item *favorable*. Dengan total item pada skala keputusan Pembelian yaitu 24 item.

Alternatif jawaban yang digunakan penulis terbagi menjadi 4 (empat) poin skala *likert*, untuk pernyataan *favorable* yaitu: 4 menunjukkan Sangat Sesuai (SS), 3 menunjukkan Sesuai (S), 2 menunjukkan Tidak Sesuai (TS) dan 1 menunjukkan Sangat Tidak Sesuai (STS). Untuk pernyataan *unfavorable* yaitu: 1 menunjukkan Sangat Sesuai (SS), 2 menunjukkan Sesuai (S), 3 menunjukkan Tidak Sesuai (TS) dan 4 menunjukkan Sangat Tidak Sesuai (STS).

**Tabel 3.3 Blueprint Skala Tagline #DijaminOri pada JD.ID**

| No | Dimensi-dimensi         | Indikator                      | Butir Item |       | Jumlah |
|----|-------------------------|--------------------------------|------------|-------|--------|
|    |                         |                                | Fav        | Unfav |        |
| 1  | <i>Familiarity</i>      | Mudah diingat                  | 2          | 2     | 4      |
| 2  | <i>Differentiation</i>  | Memiliki ciri khas             | 2          | 2     | 4      |
|    |                         | Sesuai dengan harapan konsumen | 2          | 2     | 4      |
| 3  | <i>Message of Value</i> | Menarik perhatian              | 2          | 2     | 4      |
|    |                         | Mudah dimengerti               | 2          | 2     | 4      |
|    |                         | Membangkitkan emosi            | 2          | 2     | 4      |

|  |           |           |           |
|--|-----------|-----------|-----------|
| Memancing untuk<br>memberikan pendapat | 1         | 1         | 2         |
| <b>Total</b>                           | <b>13</b> | <b>13</b> | <b>26</b> |

Sumber: Diolah Peneliti (2021)

Tabel di atas menjelaskan bahwa dalam indikator mudah diingat, memiliki ciri khas, sesuai dengan harapan konsumen, menarik perhatian, mudah dimengerti, membangkitkan, pada masing-masing indikator memiliki 2 item *favorable* (pernyataan positif) dan 2 item *unfavorable* (pernyataan negatif). Sedangkan dalam indikator memancing untuk memberikan pendapat memiliki 1 item *favorable* dan 1 item *unfavorable*. Sehingga pada skala *tagline* memiliki total 26 item.

Alternatif jawaban yang digunakan penulis terbagi menjadi 4 (empat) poin skala *likert*, yaitu: 4 menunjukkan sangat setuju (SS), 3 menunjukkan setuju (S), 2 menunjukkan kurang setuju (KS) dan 1 menunjukkan sangat tidak setuju (STS).

### 3.7. Teknik Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

#### 3.7.1. Uji Validitas

Validitas alat ukur merupakan kemampuan setiap butir item mengukur apa yang hendak diukur dalam penelitian.<sup>46</sup> Item dikatakan valid apabila Untuk mengetahui bahwa suatu instrumen baik dan dapat mengukur suatu alat variabel, maka item pada instrumen harus valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur dengan apa yang seharusnya digunakan untuk mengukur. Syarat untuk menentukan suatu instrumen disebut valid, jika nilai  $r$  hitung item instrumen lebih besar dari nilai  $r$  tabel.<sup>47</sup> Uji validitas alat ukur akan

<sup>46</sup> Sugiyono, Op. Cit. hal 176.

<sup>47</sup> Gidion, Op. Cit. Hal 65.



dilakukan menggunakan teknik *product moment Pearson* dengan menggunakan *SPSS For Windows Release ver 25*.

### **3.7.2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas alat ukur merupakan derajat konsistensi alat ukur ketika digunakan untuk penelitian lain yang serupa.<sup>48</sup> Uji reliabilitas instrumen bertujuan untuk mengetahui keandalan instrumen bila digunakan untuk mengukur pada waktu yang berbeda atau secara berulang – ulang di suatu objek tertentu. Koefisien reliabel bergerak dari angka 0 hingga 1, semakin mendekati angka 1 maka reliabilitas alat ukur tersebut semakin tinggi. Metode pengujian reliabilitas alat ukur adalah *internal consistency* dengan teknik *Alpha Cronbach* dengan perhitungan *SPSS For Windows Realese Ver 25*. Artinya pengujian reliabilitas hanya dilakukan sekali saja untuk mendapatkan nilai koefisien reliabilitas.<sup>49</sup>

## **3.8. Teknik Analisis Data**

### **3.8.1. Teknik Analisis Data**

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua yaitu, analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif merupakan statistik yang menghasilkan penggambaran atau deskriptif dari data sampel yang dikumpulkan.<sup>50</sup> Sementara analisis inferensial merupakan analisis yang menggunakan teknik statistik tertentu untuk menghasilkan interpretasi data. Di dalam analisis inferensial terdapat dua jenis data, yaitu data parametrik dan data non-parametrik. Penggunaan

---

<sup>48</sup> Sugiyono, Op.Cit. Hal 185

<sup>49</sup> Syofian Siregar, *Op.Cit.* Hal 89.

<sup>50</sup> Sugiyono, Op.Cit. Hal 206.

jenis data tergantung dari uji asumsi dasar dan jenis data yang digunakan. Uji deskriptif dilakukan dengan teknik *t-test satu sampel*.

Uji hipotesis akan dilakukan dengan dua teknik analisis data yaitu, uji korelasi *product moment Pearson* dan uji analisis regresi linier. Uji korelasi *Product moment Pearson* dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan variabel-variabel penelitian. Adapun rumus korelasi *Product Moment Pearson*<sup>51</sup>, sebagai berikut:

$$r = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{n}}{\sqrt{(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n})(\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n})}}$$

Keterangan:

- R = Nilai korelasi Pearson
- $\sum X$  = Jumlah Hasil Pengamatan variabel X
- $\sum Y$  = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel Y
- $\sum XY$  = Jumlah Hasil Kalo Pengamatan Variabel X dan Y
- $\sum Xn$  = Jumlah dari Hasil Pengamatan X yang Telah dikuadratkan
- $\sum Yn$  = Jumlah dari hasil Pengamatan Y yang telah Dikuadratkan

Analisis regresi linier sederhana berfungsi untuk memperlihatkan apakah terdapat pengaruh variabel bebas penelitian yaitu *tagline* terhadap variabel tergantung keputusan pembelian. Adapun persamaan regresi linier sederhana secara matematis, sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

- $\hat{Y}$  = Garis regresi/ Variabel respon
- a = Konstanta (intersep), atau perpotongan dengan sumbu vertical
- b = Konstanta regresi (*slope*)
- X = variabel bebas/ *predictor*

---

<sup>51</sup> Sugiyono, Op. Cit. hal 246

Besarnya konstanta a dan b, ditentukan menggunakan rumus, sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Uji korelasi *product moment Pearson* dan uji analisis regresi linier sederhana akan dilakukan dengan SPSS *For Windows release ver 25*. Bagian analisis meliputi uraian mengenai jenis analisis data yang akan dilakukan dan alasan pemilihannya, rencana penyajian data, prosedur analisis, penyajian hasil analisis dan ketentuan-ketentuan mengenai penafsiran hasil analisis dan evaluasi. Prosedur analisis data perlu dipastikan sesuai untuk jenis analisis data yang dipakai, parametrik atau non parametrik.

### 3.8.2. Tahapan Analisis Data

Beberapa tahapan analisis data yang dilakukan dalam penelitian kuantitatif adalah uji coba instrumen, uji persyaratan analisis (normalitas dan linearitas) dan kemudian uji hipotesis penelitian (hipotesa deskriptif dan hipotesa asosiatif). Berikut penjelasannya:

#### a. Uji Coba Alat Ukur

Secara umum kita dapat menguji instrumen penelitian melalui dua pengujian, yaitu uji validitas dan reliabilitas data.

#### b. Uji Persyaratan Analisis Regresi Linier

Uji persyaratan analisis yang dilakukan berupa uji asumsi dasar penelitian yang terdiri dari uji linieritas dan uji normalitas penelitian. Uji

asumsi dasar akan menentukan apakah jenis data parametrik atau non-parametrik.

### 1) Uji normalitas data

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan adalah metode Kolmogorov-Smirnov. Taraf signifikansi yang digunakan sebagai aturan untuk menolak atau menerima keputusan normal atau tidaknya suatu distribusi data adalah tingkat signifikansi pada  $\alpha$  0,05. Uji normalitas akan dilakukan pada SPSS *For Windows release ver 25*.

### 2) Uji Linieritas Data

Uji linieritas atau sering disebut analisis regresi merupakan analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi, pada penelitian ini analisis regresi yang digunakan adalah analisis regresi sederhana, karena hanya memiliki 1 variabel tergantung dan satu variabel bebas. Uji linieritas data akan dilakukan menggunakan SPSS *For Windows release ver 25*.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Agar uji regresi linier dapat dilakukan, maka uji asumsi dasar harus memastikan apakah variansi yang sama *error* nya dari data bersifat homoskedastisitas, artinya tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis berfungsi sebagai langkah pembuktian apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak. Uji hipotesis penelitian ini akan dilakukan dengan dua teknik untuk membuktikan secara deskriptif dan inferensial.

