

BAB III

METODE PENELITIAN

a. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode Penelitian adalah cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data penelitiannya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan format deskriptif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent). Dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan penelitian dengan mengambil data primer dan kuesioner secara online.

Jenis penelitian ini adalah asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini bentuk hubungannya bersifat sebab akibat (Kausal), yaitu hubungan yang bersifat mempengaruhi dua variabel atau lebih. Variabel-variabel yang digunakan untuk mengetahui hubungan yang bersifat sebab akibat (kausal) antara variabel independen dengan variabel dependen ini ialah dengan proses penganalisaan data yang berupa data kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dimana variabel terikatnya (y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel bebas x ($x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$) dan tetap masih menunjukkan diagram hubungan lurus atau linier.

b. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1) Populasi

Populasi merupakan sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.⁹⁶ Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang berupa manusia, hewan, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga obyek-obyek ini dapat menjadi sumber data penelitian.

Populasi adalah kelompok keseluruhan orang, peristiwa atau sesuatu yang ingin diselidiki oleh peneliti terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa angkatan 2016-2019 jurusan ekonomi syariah pengguna *marketplace* Shopee. Adapun jumlah populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 2025 mahasiswa.

2) Sampling

Menurut Sugiono dalam bukunya, teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam teknik sampling ada dua macam yaitu probability sampling dan non probability sampling.⁹⁷ Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih

⁹⁶ Muhammad, Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif, (Yogyakarta: UPFE-UMY, 2005), hal. 97

⁹⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Bandung: Alfabeta, CV, 2007), hal. 73

menjadi anggota sampel. Sedangkan non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu nonprobability sampling. Untuk menentukan sampling penelitian menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling yaitu teknik sampling yang digunakan oleh peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam mengambil sampelnya. Pertimbangan untuk sampel dalam penelitian ini adalah responden dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Merupakan Mahasiswa aktif angkatan 2016-2019 Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
- b. Pengguna atau pernah menggunakan *marketplace* Shopee.
- c. Telah melakukan pembelian pada *marketplace* Shopee lebih dari satu kali

Dalam penelitian ini, besarnya sampel ditetapkan dengan menggunakan rumus Slovin. Adapun rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

$e = \text{standar error (10\%)}$

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, maka diperoleh besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{2025}{1+2025 (0,1)^2} = 95,29$$

$$n = 95$$

Dengan menggunakan rumus Slovin di dapat jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini sebanyak 95 mahasiswa.

3) Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono, sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁹⁸ Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas, lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Objek atau nilai yang akan diteliti dalam sampel disebut unit sampel. Unit sampel mungkin sama dengan unit analisis, tetapi mungkin juga tidak. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa pengguna *marketplace* shopee untuk dijadikan sebagai responden untuk mengisi kuesioner.

c. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya

1) Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek darimana data diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau

⁹⁸ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Bandung: Alfabeta, CV, 2007), hal. 73

objek yang diteliti atau ada hubungannya dengan objek diteliti. Data tersebut dapat diperoleh langsung dari personel yang diteliti dan dapat pula dari lapangan. Yang termasuk sumber data primer yaitu:

1. *Person*, yaitu sumber data yang dapat memberikan data berupa jawaban lisan melalui wawancara atau dalam konteks penelitian disebut informan.
2. *Place*, yaitu sumber data yang diperoleh dari gambaran tentang situasi kondisi yang berlangsung berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian.
3. *Paper*, yaitu sumber data yang menyajikan tanda-tanda berupa huruf, angka, gambar atau simbol-simbol lain.⁹⁹

Data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer namun dikarenakan dengan kondisi pandemi saat ini penyebaran kuesioner dilakukan secara online. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari memberikan daftar pertanyaan atau kuesioner kepada mahasiswa/mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung sebagai obyek penelitian yang terpilih.

2) Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari

⁹⁹ Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hal. 33

sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian di tarik kesimpulannya.¹⁰⁰

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan independen. Variabel Bebas (Independent Variable) adalah variabel yang menjadi sebab atau merubah/mempengaruhi variabel lain (variable dependent).¹⁰¹ Juga sering disebut dengan variabel bebas, predictor, stimulus, eksogen atau antecedent. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas yaitu Motivasi (X1), Persepsi Konsumen (X2), Gaya Hidup (X3), dan Kepercayaan (X4) Sedangkan Variabel Terikat (Dependent Variable) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel lain (variabel bebas).¹⁰² Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya adalah keputusan pembelian (Y).

3) Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Skala pengukuran instrument yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang berhubungan dengan pertanyaan tentang

¹⁰⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2012). hal. 64

¹⁰¹ Shofiyon Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS Edisi Pertama*, (Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri, 2013). Hal. 10

¹⁰² *Ibid*, hal. 10

sikap pendapat, dan persepsi seseorang terhadap sesuatu. atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Untuk pemberian skor skala Likert ini sebagai berikut:

- a. Jawaban SS diberi skor 5
- b. Jawaban S diberi skor 4
- c. Jawaban RR diberi skor 3
- d. Jawaban TS diberi skor 2
- e. Jawaban STS diberi skor 1

d. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

- a. Kuisisioner (Angket)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan angket untuk mencari data langsung dari mahasiswa yang diambil sebagai sampel. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data primer faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *marketplace* Shopee pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Kuisisioner disini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala likert.

b. Dokumentasi

Merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen baik tertulis, gambar maupun elektronik. Dokumentasi diperlukan untuk mencari data tentang data jumlah konsumen.

2. Instrument Penelitian

Pada dasarnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena social maupun alam. Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang dipergunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner/angket.

Penelitian ini, penelitian yang menggunakan instrument berupa kuisisioner dengan menggunakan Likert dengan 5 opsi jawaban. Skala Likert merupakan skala yang paling terkenal dan sering digunakan dalam penelitian karena pembuatan relative lebih mudah dan tingkat reliabilitasnya tinggi.

Kisi-Kisi Instrument Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Referensi
1.	Motivasi (X1)	Dorongan kebutuhan akan	1	Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid

		memiliki produk		1. Edisi ke 13. Jakarta:
		Dorongan	2	Erlangga
		kebutuhan akan menggunakan produk		
		Dorongan akan trend yang sedang terjadi di lingkungan sosial	3	
		Dorongan kegemaran/suka akan produk	4-5	
2.	Persepsi Konsumen (X2)	Seleksi (Pengalaman, Motif)	1-2	Adler, Ronald B, dan Rodman, George, Undrstanding Human
		Organisasi (Gambaran,Kesan)	3-4	Comunication. Terjemahan Agus Darma,
		Interprestasi (Penilaian Individu)	5	(Jakarta:Erlangga, 2010)
3.	Gaya Hidup (X3)	Kegiatan (Activity)	1-2	Jhon. C. Mowen dan Michael Minor, Perilaku Konsumen: Jilid 1 Ed.13
		Minat (Interest)		
		Opini (Opinion)	3	
			4-5	(Jakarta: Erlangga, 2012),
4.	Kepercayaan	Kejujuran dalam	1-2	McKnight, D. Harrison,

	(X4)	mengelola situs jual beli online Kompetensi, yaitu situs dapat bersaing dan dapat diandalkan Informasi yang diberikan dapat dipercaya	3-4 5	Vivek Choudhury, and Charles Kacmar. 2002. Developing and Validating Trust Measure for E- Commerce: An Integrative Typology. Information System Research. Vol. 13, p334-359
5.	Keputusan Pembelian (X5)	Kemantapan pada sebuah produk Kebiasaan dalam membeli produk Memberikan rekomendasi kepada orang lain Melakukan pembelian ulang	1 2 3-4 5	Kotler, Philip dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

e. Teknik Analisis Data

Pengolahan data kuisioner ini menggunakan software SPSS. Teknik analisa yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat valid dan sah suatu instrument, instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n-2$ dimana n adalah jumlah sample. Apabila r hitung lebih besar dari pada r tabel maka data dikatakan valid. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis butir.¹⁰³

Ketentuan pengambilan keputusan :

- 1) Jika r hitung positif dan r hitung $>$ r tabel maka butir pertanyaan valid.
- 2) Jika r hitung negatif atau r hitung $<$ r tabel maka butir pertanyaan tidak valid.¹⁰⁴

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukan pada suatu pengertian bahwa suatu instrument dapat dipercaya untuk mengumpulkan data karena instrument tersebut sudah baik. Instrumen yang reliable akan menghasilkan data yang dipercaya pula. Instrumen yang reliabel

¹⁰³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods), (Bandung: Alfabeta, 2012). Hal. 122

¹⁰⁴ *Ibid*, hal. 185

adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.¹⁰⁵ Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode Alpha Cronbach`s diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach`s 0 sampai 1. Suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Alpha Cronbach`s > dari 0.60. Triton (2006) jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai Alpa Cronbach 0,00 – 0.20 berarti kurang reliabel
- 2) Nilai Alpa Cronbach 0,21 – 0.40 berarti agak reliabel
- 3) Nilai Alpa Cronbach 0,41 – 0.60 berarti cukup reliabel
- 4) Nilai Alpa Cronbach 0,61 – 0.80 berarti reliabel
- 5) Nilai Alpa Cronbach 0,81 – 1.00 berarti sangat reliable

Kuisioner dinyatakan reliable jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,6. Jadi pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena, keterandalan instrumen berkaitan dengan keajegan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.

¹⁰⁵ *Ibid, hal 199-200*

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Pengujian normalitas data pada penelitian menggunakan uji one sample kolmogorov-smirnov dimana dasar pengambilan keputusan sebagai berikut¹⁰⁶ :

- i. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data tersebut berdistribusi normal
- ii. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tersebut tidak berdistribusi normal

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan klausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel. Dalam uji multikolinieritas, antara variabel-variabel bebas dikatakan baik apabila variabel tersebut tidak memiliki suatu hubungan atau kolerasi untuk memastikan bahwa hasil pengujian adalah valid. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas. Nugroho menyatakan jika variance inflation factor (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas.¹⁰⁷

c. Uji Heteroskedastisitas

¹⁰⁶ *Ibid, hal 171-174*

¹⁰⁷ *Ibid, hal 79*

Heteroskedastisitas, pada umumnya sering terjadi pada model yang menggunakan data cross section daripada time series.

Namun, bukan berarti model-model yang menggunakan data time series bebas dari heteroskedastisitas. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.
- 2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.¹⁰⁸

3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh lebih dari satu variabel terhadap variabel dependen. Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan dikumpulkan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + e$$

Dimana: Y = Keputusan Pembelian

a = konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄ = Koefisien korelasi ganda

X₁ = Motivasi

X₂ = Persepsi Konsumen

¹⁰⁸ Ibid, hal 79-89

X3	= Gaya Hidup
X4	= Kepercayaan
e	= error of term

4. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara sama-sama (simultan) terhadap variabel dependen digunakan uji anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

a. Uji t

Untuk mengetahui apakah pengaruh motivasi (X_1), persepsi konsumen (X_2), gaya hidup (X_3), kepercayaan (X_4) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian melalui marketplace shopee dalam perspektif ekonomi islam studi pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung.

- 1) Apabila t hitung lebih kecil dari t tabel maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel motivasi (X_1), persepsi konsumen (X_2), gaya hidup (X_3), kepercayaan (X_4) tidak berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian di marketplace shopee dalam perspektif ekonomi islam pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung.

2) Apabila t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya masing-masing variabel motivasi (X_1), *persepsi konsumen* (X_2), gaya hidup (X_3), kepercayaan (X_4) berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian di marketplace shopee dalam perspektif ekonomi islam pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung.

b. Uji F

Untuk mengetahui apakah secara simultan berpengaruh masing-masing variabel motivasi (X_1), persepsi konsumen (X_2), gaya hidup (X_3), kepercayaan (X_4) tidak berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian melalui marketplace shopee dalam perspektif ekonomi islam studi pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung.

1) Apabila F hitung lebih kecil dari F tabel maka keputusannya menerima hipotesis nol (H_0), artinya masing-masing variabel motivasi (X_1), persepsi konsumen (X_2), gaya hidup (X_3), kepercayaan (X_4) tidak berpengaruh secara positif signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian di marketplace shopee dalam perspektif ekonomi islam pada

mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung.

- 2) Apabila F hitung lebih besar dari F tabel maka keputusannya menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternative (H_1), artinya masing-masing variabel motivasi (X_1), persepsi konsumen (X_2), gaya hidup (X_3), kepercayaan (X_4) berpengaruh secara positif signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian di marketplace shopee dalam perspektif ekonomi islam pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung.

5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi atau uji R^2 digunakan untuk mengukur seberapa dekat garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya. Nilai koefisien determinasi mencerminkan seberapa dekat garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya. Nilai koefisien determinasi mencerminkan seberapa besar variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X .

- a. Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ($R^2 = 0$) artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X .
- b. Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 1 ($R^2 = 1$) artinya variasi dari Y dapat diterangkan oleh X .