

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Djaali (2020) menyatakan bahwa penelitian adalah serangkaian aktivitas yang terorganisir dan sistematis, dilakukan dengan metode tertentu untuk menganalisis, mempelajari atau menyelidiki suatu masalah guna mendapatkan jawaban atau solusi. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan pengetahuan teoretis yang dapat memperkaya bidang ilmu pengetahuan atau dapat juga digunakan untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi.

Adapun jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah “metode yang didasarkan pada penelitian filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan” (Sugiyono & Lestari, 2021:50).

3.1.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif dengan teknik survei. Menurut Kerlinger (Sugiyono & Lestari, 2021:51) pendekatan atau metode survei adalah suatu pendekatan penelitian yang dapat diterapkan pada populasi besar maupun kecil, di mana data yang dianalisis berasal dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Dengan demikian, dapat diidentifikasi kejadian-kejadian relatif, distribusi, serta hubungan antara variabel-variabel sosiologis dan psikologis.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel dapat didefinisikan “sebagai atribut dari seseorang atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain” Hatch dan Farhady (Sudaryana & Agusiady,

2022:29).

3.2.1 Variabel Independen (bebas)

Variabel independen (*independent variable*) adalah variabel yang diperkirakan memengaruhi variabel dependen dan pengaruhnya terhadap variabel dependen tersebut diteliti atau diuji. Adapun variabel independen dalam penelitian ini ialah *free shipping* (X1) dan *online customer review* (X2).

3.2.2 Variabel Dependen (terikat)

Variabel dependen (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi dalam hubungan antar dua variabel, atau sering disebut variabel akibat, yang diperkirakan muncul setelah adanya variabel independen atau variabel penyebab. Dalam konteks penelitian ini, variabel dependennya yaitu keputusan pembelian (Y).

3.2.3 Definisi Operasional Variabel

Berikut ini definisi operasional variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
<i>Free Shipping</i> (gratis ongkos kirim)	Promo gratis ongkos kirim merupakan salah satu bentuk promosi penjualan (<i>sales promotion</i>) yang memanfaatkan berbagai inisiatif untuk mendorong konsumen agar segera membeli produk dan meningkatkan jumlah produk yang dibeli, Amalia & Wibowo (2019).	a) Memberikan perhatian (<i>attention</i>) b) Memiliki daya tarik (<i>interest</i>) c) Membangkitkan keinginan pembeli (<i>desire</i>) d) Mendorong melakukan pembelian (<i>make a purchase</i>). Kotler & Keller (Haryanti, 2024); Sari (Nuraini, 2023).
<i>Online Customer Review</i> (ulasan pelanggan online/daring)	<i>Online customer review</i> merupakan ulasan yang diberikan oleh konsumen berkaitan dengan informasi dari evaluasi atau penilaian suatu	a) Kesadaran (<i>awareness</i>) b) Frekuensi (<i>frequency</i>) c) Perbandingan (<i>comparison</i>) d) Pengaruh (<i>effect</i>)

	produk tentang berbagai macam aspek, dengan tersedianya informasi ini konsumen bisa mendapatkan kualitas dari produk diambil dari ulasan dan pengalaman yang ditulis oleh konsumen yang membeli produk dari penjual online, Almayani & Graciafernandy (2023).	Lackermair (Nuraini, 2023).
Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian adalah perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, Kotler & Armstrong (Mustafa, 2024:236).	a) Kemantapan pada produk b) Kebiasaan dalam membeli produk c) Memberikan rekomendasi kepada orang lain d) Melakukan pembelian ulang Kotler & Armstrong (Nuraini, 2023).

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono dalam Nuraini (2023) “populasi merupakan keseluruhan dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Adapun populasi umum dalam penelitian ini ialah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias. Sedangkan untuk populasi sasaran adalah mahasiswa yang masih aktif berkuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Nias (prodi Manajemen dan Akuntansi, semester 4 & 6) yang berjumlah 554 orang.

Tabel 3.2 Daftar Populasi Sasaran

No.	Tingkatan	Mahasiswa (orang)
1.	Semester 4	220
2.	Semester 6	334
TOTAL		554

Sumber: Prodi Manajemen & Akuntansi, FE-UNIAS, 2025

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Ketika populasi terlalu besar, peneliti sulit meneliti seluruh populasi karena keterbatasan dana, waktu dan tenaga. Oleh karena itu, peneliti mengambil sampel dari populasi tersebut untuk dijadikan objek atau subjek penelitian (Sudaryana & Agusiady, 2022).

Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan dihitung dengan menggunakan rumus Slovin. Menurut Ramdhani (2021), “rumus Slovin adalah suatu rumus untuk menghitung atau mengolah jumlah sampel minimal, ketika perbuatan dari seseorang atau kelompok dari popoulasi yang belum diketahui secara real atau pasti”. Di rumus Slovin sangat bermanfaat ketika penelitian dilakukan dengan populasi yang cukup banyak, tetapi dapat menghasilkan sampel yang cukup sedikit yang akan mewakili jumlah keseluruhan populasi. Adapun perhitungannya ialah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n: Ukuran sampel

N: Total populasi = 554

e: *margin of error* = 10% = 0,1

$$n = \frac{554}{1 + 554 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{554}{1 + 554 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{554}{1 + 5,54}$$

$$n = \frac{554}{6,54} \approx 84,71$$

$$n \approx 85$$

Maka, adapun total sampel yang digunakan pada penelitian ini ialah berjumlah 85 sampel atau responden.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan metode pengambilan *purposive sampling*. Menurut Siyoto (Nuraini, 2023) “*purposive sampling* adalah suatu teknik dalam menentukan sampel dengan pertimbangan atau seleksi tertentu”. Pada penelitian ini, peneliti mempunyai kriteria khusus dalam pengambilan sampel yaitu mahasiswa aktif program studi Manajemen dan Akuntansi semester 4 & 6, dan merupakan mahasiswa/i yang sudah pernah berbelanja di *Shopee* setidaknya 1 kali dalam 3 bulan terakhir.

3.4 Instrumen Penelitian

Alat yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data atau mengukur variabel dikenal sebagai instrumen penelitian atau alat pengumpul data (Djaali, 2020). Lebih lanjut, Sugiyono (2013:102) menyatakan bahwa penelitian pada dasarnya merupakan proses pengukuran, sehingga diperlukan alat ukur yang baik. Alat ukur tersebut dalam konteks penelitian dikenal sebagai instrumen penelitian. Dengan demikian, instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati, yang secara khusus disebut sebagai variabel penelitian.

Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan ialah berupa lembar angket/kuesioner ataupun daftar kuesioner. Adapun hasil dari jawaban tersebut diukur menggunakan skala likert. “Skala likert dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial” (Sugiyono, 2013:93). Dari setiap jawaban responden nantinya akan diberikan skor dengan skala 1-5.

Berikut adalah detail pemberian skornya:

Sangat Setuju (SS)	: 5 (lima)
Setuju (S)	: 4 (empat)
Netral (N)	: 3 (tiga)
Tidak Setuju (TS)	: 2 (dua)
Sangat Tidak Setuju (STS)	: 1 (satu)

3.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Sumber Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan sekunder. Adapun data primer dan sekunder menurut Sudaryana & Agusiady (2022:38), ialah sebagai berikut:

a) Data Primer

Data primer (data tangan pertama) adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung sebagai sumber informasi yang dicari. Dalam konteks penelitian ini, data primer diperoleh oleh peneliti secara langsung dari responden yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan jawaban. Menurut Sugiyono (2013:225) sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

b) Data Sekunder

Data sekunder (data tangan kedua) adalah data yang diperoleh melalui pihak lain, tidak langsung diperoleh peneliti dari subjek penelitiannya. Menurut Sugiyono (2013:225), sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen. Data sekunder biasanya berbentuk data dokumentasi atau data laporan yang tersedia. Pada penelitian ini, peneliti memperoleh data sekunder dari beberapa pihak seperti *Shopee*, lembaga survei atau statistik (mis. *semrush*; *databoks.katadata.co.id*, dsb) ataupun dari beberapa buku, jurnal atau karya ilmiah yang telah ada sebelumnya.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merujuk pada metode atau cara yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data yang diperlukan dalam suatu penelitian. Teknik ini sangat penting karena kualitas data yang diperoleh akan mempengaruhi hasil dan kesimpulan penelitian. Menurut Djaali (2020:52) “pengumpulan data berfungsi untuk mentransformasikan fakta menjadi data sehingga dapat diolah dan dianalisis, untuk menjawab

berbagai pertanyaan penelitian yang selanjutnya akan mencapai tujuan penelitian”. Adapun teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini ialah survei yaitu dengan menyebarkan angket (kuesioner) dan observasi (pengamatan).

a) Angket atau Kuesioner

Kuesioner atau angket adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengirim instrumen penelitian (daftar angket atau kuesioner) kepada responden untuk dijawab secara tertulis lalu dikembangkan lagi oleh peneliti (Djaali, 2020). Lebih lanjut Sugiyono (2013:142) mengatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam konteks penelitian ini, angket atau kuesioner disebarkan melalui *google form* untuk memberi kemudahan kepada responden dalam memberikan jawaban.

b) Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap berbagai fenomena yang menjadi fokus penelitian atau indikator-indikator dari variabel penelitian untuk mengumpulkan informasi dan keterangan (Djaali, 2020:53).

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Purnomo (Nuraini, 2023) analisis data adalah metode atau teknik yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian menjadi informasi yang dapat dipahami dengan mudah oleh pembaca. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini ialah uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji ketepatan model, uji hipotesis (uji t, uji F), analisis regresi linear berganda dan uji koefisien determinasi. Dalam menganalisis data pada penelitian ini menggunakan program perangkat lunak atau *software* SPSS v22.

3.6.1 Uji Instrumen Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang akurat sesuai dengan fakta atau keadaan sebenarnya, diperlukan instrumen yang valid, konsisten,

dan tepat dalam menghasilkan data penelitian, Yusup (2018) dikutip dalam Nuraini (2023).

1) Uji Validitas Data

Salah satu uji instrumen data yang digunakan untuk menilai keakuratan atau keabsahan kuesioner adalah uji validitas. Jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat memberikan penjelasan untuk suatu pengukuran, maka kuesioner tersebut dianggap sah. Lebih lanjut, “validitas berasal dari kata *validity*, yang berarti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dapat melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrumen pengukuran dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut (Djaali, 2020:70).

Untuk menguji validitas instrumen dalam penelitian ini, digunakan metode korelasi pearson atau korelasi bivariat. Instrumen dianggap valid jika nilai $r_{hitung} > \text{dari } r_{tabel}$, dan sebaliknya, jika nilai $r_{hitung} < \text{dari } r_{tabel}$, maka instrumen dinyatakan tidak valid, dengan r_{tabel} ditentukan pada tingkat signifikansi 5% (0,05). Dalam melakukan uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS v22.

2) Uji Reliabilitas Data

Yusuf (2017:242) mengatakan bahwa “reliabilitas merupakan konsistensi atau kestabilan skor suatu instrumen penelitian terhadap individu yang sama dan diberikan dalam waktu yang berbeda. Menurut Sugiyono (2013:121) “instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”.

Uji reliabilitas adalah proses untuk mengukur konsistensi atau stabilitas suatu instrumen penelitian dalam menghasilkan data yang dapat dipercaya. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana instrumen (seperti kuesioner, tes, atau alat ukur lainnya) memberikan hasil yang sama atau serupa ketika digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama atau pada subjek yang serupa. Untuk melakukan uji reliabilitas pada

penelitian ini, perangkat lunak *SPSS v22* dipergunakan untuk membantu melakukan uji yang dimaksud.

Adapun teknik yang digunakan ialah *Cronbach's Alpha*. Teknik ini mengukur konsistensi internal instrumen dengan menghitung korelasi antar-item dalam satu instrumen (misalnya, kuesioner). Pernyataan dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2018). Nilai *Cronbach's Alpha* minimal 0,6 dianggap sebagai ambang batas yang diterima. Nilai di bawah 0,6 menunjukkan bahwa instrumen kurang konsisten dan perlu diperbaiki.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memeriksa ada atau tidaknya normalitas residual, multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Jika salah satu syarat tidak terpenuhi, hasil analisis regresi tidak dapat dianggap sebagai *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE), Purnomo (dikutip dalam Nuraini, 2023). Berikut ini merupakan uji asumsi klasik terhadap penelitian ini:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah suatu variabel terdistribusi secara normal atau tidak, Ghozali (Nuraini, 2023). Untuk membuktikannya dengan melakukan pengujian *Kolomgorov-Smirnov* dengan kriteria:

- 1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ = data terdistribusi normal
- 2) Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ = tidak terdistribusi secara normal.

b) Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah ditemukan atau adanya hubungan atau korelasi antar variabel bebas (independen). Menurut Kurniawan (2019), jika terdapat korelasi yang tinggi antar variabel bebas, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat akan terganggu. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala ini, maka dapat dilihat daripada nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas, namun sebaliknya, jika nilai *Tolerance*

$\leq 0,10$ dan $VIF \geq 10$, maka hal tersebut dianggap terjadi multikolinearitas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memeriksa adanya ketidakseragaman varians residual antar pengamatan dalam model regresi, Ghazali (Nuraini, 2023). Untuk mendeteksinya dapat menggunakan uji *Glejser*, yang mana dengan ketentuan jika nilai Sig. > 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, namun jika nilai Sig. < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam rangka menguji dan mengukur pengaruh *free shipping* (X1) dan *online customer review* (X2) pada *platform Shopee* terhadap keputusan pembelian (Y) mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias, penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Metode ini dipilih karena kemampuannya untuk menganalisis hubungan antara dua variabel independen, yaitu *free shipping* dan *online customer review*, terhadap satu variabel dependen, yaitu keputusan pembelian, sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai hubungan masing-masing (parsial) maupun bersama-sama (simultan) variabel dalam konteks perilaku belanja mahasiswa. Adapun persamaan matematikanya ialah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y : nilai dari variabel dependen (Keputusan Pembelian)

a : koefisien konstanta

b : koefisien masing-masing variabel

X₁ : nilai dari variabel independen pertama (*Free Shipping*)

X₂ : nilai dari variabel independen kedua (*Online Customer Review*)

e : term kesalahan (*error term*).

Dengan menggunakan model ini, kita dapat mengetahui seberapa besar kontribusi setiap variabel independen, sekaligus memprediksi keputusan pembelian berdasarkan kombinasi nilai *free shipping* dan *online customer review*. Hal ini berguna untuk memahami bagaimana perubahan

pada salah satu atau kedua variabel tersebut dapat memengaruhi perilaku pembelian mahasiswa di *platform Shopee*. Hasil dari model ini dapat memberikan wawasan praktis bagi pelaku bisnis (misalnya, *Shopee*) atau peneliti. Misalnya, jika *free shipping* memiliki koefisien yang lebih besar dibandingkan *online customer review*, maka strategi untuk meningkatkan keputusan pembelian mungkin lebih efektif dengan menawarkan *free shipping*.

3.6.4 Uji Hipotesis

1) Uji t (Parsial)

Menurut Ghazali (dikutip dalam Nuraini, 2023), uji t dilakukan untuk memeriksa apakah variabel independen secara parsial memengaruhi variabel dependen. Kriteria pengujian uji t adalah jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $sig. < 0,05$ maka variabel independen dinyatakan memiliki pengaruh parsial terhadap variabel dependen.

2) Uji F (Simultan)

Uji ini menunjukkan apakah semua variabel independen (bebas) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen atau terikat, Ghazali (Jannah *et al.*, 2022). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai $Sig. > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai $Sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi, sering disebut sebagai R^2 (*R Squared*), adalah ukuran statistik yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik model regresi (misalnya, regresi linier) menjelaskan variabilitas data dependen (variabel respons) berdasarkan variabel independen. Dalam bahasa sederhana, koefisien determinasi mengukur proporsi variansi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model regresi. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1 (atau 0% hingga 100%), jika nilai R^2 adalah 1

maka dikatakan model menjelaskan seluruh variabilitas data secara sempurna.

Dalam konteks penelitian ini, R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar *free shipping* dan *online customer review* dapat menjelaskan keputusan pembelian mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias. Misalnya, jika $R^2 = 0,75$ berarti 75% variansi dalam variabel dependen (keputusan pembelian) dapat dijelaskan oleh variabel independen (*free shipping & online customer review*) dalam model, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian, seperti harga, kualitas produk, kepercayaan atau faktor lainnya.

3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias yang berlokasi di Jl. Karet No. 30, Kelurahan Ilir, Kecamatan Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara.

3.7.2 Jadwal Penelitian

Berikut adalah rincian jadwal yang dilakukan pada penelitian ini:

Tabel 3.3
Rincian Jadwal Penelitian

Kegiatan	Jadwal																			
	April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan judul proposal skripsi																				
Konsultasi kepada Dosen Pembimbing																				
Pendaftaran seminar proposal skripsi																				
Seminar proposal skripsi																				
Persiapan penelitian																				
Pengumpulan naskah																				
Penulisan naskah skripsi																				
Penulisan dan penyempurnaan skripsi																				

