**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

**3.1 DesainPenelitian**

Dalampenelitianinijenis data yang digunakanadalah data kuantitatifdanpenelitiankuantitatifnyadenganmenggunakankuesionersebagaialatmemperoleh data.

Untukmenjawabmasalahini, penelitiandapatmenggunakanmetodekuantitatifdenganmelakukan surveykepadapenggunaLazada.Data dapatdikumpulkanmelaluikuesioner*online* yang mencakuppertanyaantentangpersepsiterhadapdesain*website*, harga, *rating*, dankeputusanpembelian.Selainitu, analisis data statistiksepertiregresi linier dapatdigunakanuntukmengidentifikasihubunganantaravariabel-variabeltersebut.

* 1. **PopulasidanSampelPenelitian**

MenurutYuniasih (2023) dalamsuatupenelitianterdapatsebuahpopulasi, populasiadalahwilayahgenerelisasi yang terdiridariobjekdansubjek yang mempunyaikualitasdankarakteristik yang ditetapkanolehpenelititersebutuntukdipelajaridanditarikkesimpulannya.Selainitupopulasiadalahseluruhindividu yang akanditelitidannantinyadikenaigeneralisasi. Padapenelitianinipopulasidifokuskanpadasebuah*marketplace* yang ada di Indonesia.Populasi yang dimaksuddalampenelitianiniadalahmasyarakat yang berdomisili di Garu IIIHarjosariI Medan Amplas, penggunaaplikasibelanja online sepertiLazada.

Sampel secara sederhana diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi (Amin, GarancangdanAbunawas : 2023).Penentuan jumlah sampel memanfaatkan metode purposive sampling yakni pengumpulan data yang sebelumnya sudah disesuaikan dengan kriteria tertentu sebanyak 80 responden. Adapun kriteria responden yang digunakan adalah masyarakat di Garu IIIHarjosari I MedanAmplas,yang berusia 17 – 35 tahun dan memiliki pengalaman berbelanja *online* minimal sekali menggunakan aplikasi *marketplace* Lazada.

* 1. **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasidalampenelitianiniadalahmasyarakat yang ada di Garu IIIHarjosariI MedanAmplas. Dan waktupenelitianinidijelaskanpada table sebagaiberikut :

**Tabel 3.1**

**JadwalPenelitian**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | JenisKegiatan | Tahun 2023- 2024 |
| Des  | Jan  | Feb  | Mar | Apr | Mei | Jun | Jul | Agust |
|  | Pengajuan Judul |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Penyusunan Proposal  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Bimbingan Proposal |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pra Riset |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Seminar Proposal |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. p
 | Penelitian |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Sidang |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

* 1. **TeknikPengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket/kuisioner. Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang hal yang akan diteliti (Amin, GarancangdanAbunawas : 2023). Angket berisi pertanyaan mengenai 36 hal yang akan diteliti yang diberikan kepada responden secara langsung maupun lewat internet. Angket ini akan diisi pertanyaan mengenai desain website, harga, rating dan keputusan pembelian.

Pengukurandenganskala*Likert*dengan 5 opsijawabanyaitu STS (SangatTidakSetuju) denganskor 1, TS (TidakSetuju) denganskor 2, N (Netral) denganskor 3, S (Setuju) denganskor 4 dan SS (SangatSetuju) denganskor 5.

* 1. **DefinisiOperasionalVariabel**

**Tabel 3.2**

**DefinisiOperasionalVariabel**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Variabel** | **DefinisiVariabel** | **IndikatorVariabel** |
| 1 | Desain*website* (X1) | Desain *website* merupakan situs yang di dalamnya memuat informasi yang dapat digunakan untuk membuat toko daring (*online*) (Menurut Wijaya & Kuswoyo : 2022)*.* | 1. Warna dan tulisan
2. Kekreativan desain
3. Kelengkapan informasi dan konten berkualitas
4. Kemudahan pengoprasian
5. Kenyamanan daya tarik visual

(Yuniasih : 2023) |
| 2 | Harga (X2) | Harga ialah pengeluaran sejumlah uang pelanggan guna mendapat pemakaian atau manfaat atau kepemilikan dari suatu barang atau pelayanan (Dwijantoro, Dwi, dan Syarief :2021). | 1. Keterjangkauan harga Produk
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga produk
4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk

(Amin, GarancangdanAbunawas : 2023) |
| 3 | *Rating* (X3) | *Ratingi*adalah bagianidari *review*iyang menggunakanibentuk simbolibintang daripadai bentukiteks dalamimengekspresikani pendapat dari pelanggan (Menurut Arbaini, Wahab, dan Widiyanti :2020). | 1. *Rating* Tinggi
2. *Review* Banyak

(Ningrum*et dkk* : 2023) |
| 4 | KeputusanPembelian (Y)  | Keputusan pembelian yakni ialah elemen dari perilaku pelanggan yakni riset mengenai bagaimana organisasi, individu, ataupun kelompok yang menjatuhkan pilihan, memutuskan pembelian, memakai, dan bagaimana pengalaman, ide, barang atau jasa itu dipergunakan sebagai pemberian kepuasan keinginan dan kebutuhan mereka (Dwijantoro, Dwi, dan Syarief : 2021). | 1. Pilihan Produk
2. Pilihan Merek
3. Pilihan Penyalur
4. Waktu Pembelian
5. Jumlah Pembelian
6. Metode Pembayaran

(Amin, GarancangdanAbunawas : 2023) |

* 1. **TeknikAnalisis Data**

Analisis data merupakankegiatan yang dilakukansetelahpenelitianatau data darirespondensudahterkumpul.Analisisinimengumpulkan data berdasarkanvariabeldanjenisresponden, data berdasarkanvariabel yang berasaldariresponden, menyajikan data darisetiapvariabeldanmelakukanperhitunganuntukmenjawabrumusanmasalahsertamengujihipotesis.Analisis data dalampenelitianinimenggunakanaplikasi SPSS

* + 1. **Uji Validitas dan Realibilitas Data**
1. **UjiValiditas**

Uji validitas dilakukan guna mengukur serta mengkorfimasi besaran pengaruh dari instrumen yang digunakan di dalam penelitian ini guna selanjutnya dapat dijadikan sebagai alat ukur mengenai rancangan yang telah dibuat (WijayadanKuswoyo : 2022).Untuk membuktikan sejauh mana suatu elemen dapat mengukur sesuatu yang akan diukur dalam penelitian dibutuhkan uji validitas. Uji validitas digunakan dalam item pertanyaan agar dapat mengetahui pertanyaan tersebut dapat mengukur objek yang akan diteliti berikut merupakan ketentuannya (Anggraini, PermatasaridanPutri : 2023):

* 1. Jika rhitung> rtabel maka pertanyaan tersebut valid.
	2. Jika rhitung< rtabel maka pertanyaan tersebut tidak valid

**Tabel 3.3**

**Hasil Uji Validitas**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  **Variabel** | **Item Pertanyaan** | **R hitung** | **R tabel** | **Keterangan** |
| **Desain*Website*** | Situs*website*lazadasangatinofatifdanunik | 0.896 | 0.361 | Valid |
| Situs yang inovatifdanunikmemudahkanpengguna | 0.794 | 0.361 | Valid |
| *Website*lazadamemilikiorisinalitasdarisegikonten yang disediakan | 0.827 | 0.361 | Valid |
| Keasliankonten yang disediakanmembuatpenggunamerasapercaya | 0.839 | 0.361 | Valid |
| *Website*LazadaSecara Visual menarik Dan MenyenangkanUntukDilihat | 0.832 | 0.361 | Valid |
| visual yang meraikdilihatmembuatpelangganmerasasenang | 0.690 | 0.361 | Valid |
| Mudahuntukmenggunakan / mengakses*website*lazada | 0.611 | 0.361 | Valid |
| Aplikais yang mudahdigunakanpenggunamembuatpenggunamerasasenang | 0.707 | 0.361 | Valid |
| Kombinasi Multimedia dalam*website*efektifantar*teks*, gambar, suaradananimasinya. | 0.783 | 0.361 | Valid |
| Kombinasi yang efektifmembuatpelangganbetakberlama lama di dalamaplikasi | 0.714 | 0.361 | Valid |
| **Harga** | Hargaproduk di lazadaterjangkau | 0.755 | 0.361 | Valid |
| Hargabervariasitergantungdenganukurandanjenisproduk | 0.780 | 0.361 | Valid |
| Hargabarang di lazadasesuaidengankualitasproduk | 0.652 | 0.361 | Valid |
| Hargabarang di lazadasesuaidenganhasil yang di inginkan | 0.679 | 0.361 | Valid |
| Harga yang ditawarkanlazadadapatbersaingdenganproduk lain | 0.651 | 0.361 | Valid |
| Harga yang ditawarkanlazadalebihmurahdibandingkandengan*marketplace* lain | 0.726 | 0.361 | Valid |
| Hargabarang di lazadasesuaidenganmanfaat yang diberikan | 0.862 | 0.361 | Valid |
| Hargabarang di lazadamemilikimanfaat yang bagusdibandingproduk lain. | 0.804 | 0.361 | Valid |
| ***Rating*** | Sayalebihpercayainformasi*rating*karenasemakinbanyakbintangmakaproduksesuaidengankeadaan yang sebenarnya. | 0.834 | 0.361 | Valid |
| *Rating* yang transparansimembuatpengunjungmempercayai*marketplace*tersebut | 0.788 | 0.361 | Valid |
| *Marketplace*lazadamemilikiprivasipengguna | 0.752 | 0.361 | Valid |
| Keprivasianpenggunasangatdibutuhkanpelanggan | 0.713 | 0.361 | Valid |
| Denganvalidasipenilaiantidakdapatdimanipulasi | 0.844 | 0.361 | Valid |
| Denganvalidasi, pengguna lain merasapercayadenganhasil*rating* yang ada. | 0.757 | 0.361 | Valid |
| **KeputusanPembelian** | Sayamembelikembaliproduk di Shopeekarenasesuaidengankebutuhansaya. | 0.735 | 0.361 | Valid |
| Sayaterbiasamembelikebutuhansayapada*online* shop lazada | 0.789 | 0.361 | Valid |
| Sayamerekomendasikanprodukdanpenjualterpercayakepada orang lain. | 0.776 | 0.361 | Valid |
| Sebelummembeliproduksayamencariinformasikeberbagaisumber | 0.715 | 0.361 | Valid |
| Menurutsayalazadamemilikinilaiprestise yang baik | 0.837 | 0.361 | Valid |
| Produk di lazadamemilikistandarkualitas yang stabil | 0.713 | 0.361 | Valid |
| Sayamembeliproduk di lazadakarenabanyak yang menyarankan | 0.611 | 0.361 | Valid |
| Sayamembeliproduk di lazadakarenakeinginansendiri | 0.778 | 0.361 | Valid |
| Meurutsayakualitasbarang di ladazasangatbaik | 0.630 | 0.361 | Valid |
| Sayaakanmerekomnedasikanlazadakepihak lain. | 0.697 | 0.361 | Valid |

1. **Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur tanpa kesalahan dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama. Reliabilitas merupakan ukuran suatu indikator stabilitas dan konsistensin dimana instrumen tersebut mengukur konsep serta menilai kesesuaian ukuran. Digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur. Reliabilitas berarti “dapat dipercaya”, instrumen dapat memberikan hasil yang tepat. Indikator dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut : jika nilai cronbach alpha >0,60 maka menunjukkan pertanyaan tersebut riabel (Yuniasih : 2023).

**Tabel 3.5**

**HasilUjiRealibilitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **NilaiCronbach’s Alpha** | **NilaiKritis** | **Keterangan** |
| Desain Website (X1) | 0.924 | 0,6 | Reliabel |
| Harga (X2) | 0.878 | 0,6 | Reliabel |
| Rating (X3) | 0.872 | 0,6 | Reliabel |
| KeputusanPembelian (Y) | 0.900 | 0,6 | Reliabel |

* + 1. **UjiAsumsiKlasik**
1. UjiNormalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi, variabel pengganggu berdistribusi secara normal atau tidak. Regresi dikatakan baik apabila data yang diolah berdistribusi secara normal atau mendekati normal. Variabel yang dikatakan normal apabila nilai sihnifikansinya > 0,05. Dasar dari pengujiannya dapat direalisasikan menggunakan uji kolmogrov smirnov (Yuniasih: 2023).

1. UjiMultikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk membuktikan atau menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen (Yuniarsih : 2023). Model dikatakan baik apabila tidak ditemukan korelasi antar variabel. Adapun penjelasannya sebagai berikut :

1. Jika nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10, sehingga dapat dikatakan tidak adanya multikolinearitas antar variabel independen.
2. Jika, nilai tolerance < 0,1 dan VIF > 10 maka dapat dikatakan terdapat multikolinearitas antar variabel independen.
3. UjiHeteroskedastisitas

Ujiinibertujuanuntukmengetahuiapakahterjadivariandalamvariabelpada model regresi yang tidaksamaataukonstan. Model regresidikatakanbaikapabilatidskterjadiadanyaheteroskedasisitas.Langkahuntukmelihatapakahterjadihomokedastisitasadalahdenganmelihatgrafik scatter plot antarprediksivariabelterikat.Jikanilaisignifikansiantaravariabelindependendenganabsolut residual > 0,05makatidakterjadiheteroskedastisitas (Yuniarsih : 2023).

* + 1. **AnalisisRegresi**

Regresi linier berganda digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan lebih dari dua variabel yang diuji. Teknik ini digunakan untuk variabel dependent dan beberapa variabel independent (Anggraini, PermatasaridanPutri : 2023). Persamaan umum regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

**Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e**

Keterangan :

Y = Variabel Dependent (Keputusan Pembelian)

a = Nilai Konstanta

b1,2,3 = Koefisien Regresi 1,2 dan 3

X1 = Desain*Website*

X2 = Harga

X3 = *Rating*

e = *error term*

* + 1. **UjiHipotesisPenelitian**
1. Uji T

Uji t padadasarnyamemperlihatkanbagaimanapengaruhsatuvariabel independent dengancara individual denganmenjelaskanvariasivariabel dependent. Ujiparsialdigunakanuntukmengetahuipengaruhdarimasing-masingvariabel independent terhadapvariabel dependent (Anggraini, PermatasaridanPutri : 2023). Dalampenelitianinimenggunakanuji t dengantingkatsignifikansi 5%.Denganketentuansebagaiberikut :

1. Jika nilai signifikan < 0.05 dan thitung> ttabel, artinya pengaruhnya signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependent .
2. Jika nilai signifikan > 0,05 dan thitung> ttabel, artinya tidak memiliki pengaruh yang signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependent.
3. Uji F

Dalam uji simultan ini dapat menunjukkan apakah seluruh variabel independent yang memakai model regresi memiliki pengaruh yang bersama-sama terhadap variabel dependent untuk pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak dengan perbandingan tingkat signifikan 0,05 (Anggraini, PermatasaridanPutri : 2023). Berikut merupakan penjelasannya :

1. Jika nilai signifikan < 0,05 dan Fhitung> Ftabel sehingga, variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent.
2. Jika nilai signifikan > 0,05 dan Fhitung< Ftabel sehingga, seluruh variabel independent tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependent.
3. UjiKoefisienDeterminan (R2)

Ujiinibertujuanuntukmengukurseberapajauhkemampuan model dalammenjelaskanvariabeldependen.Apabilanilai R² kecilmakakemampuanvariabelindependendalammenjelaskanvariabeldependenterbatas. Dan sebaliknyaapabila 43 nilai R² mendekatiangka 1 makamenjelaskanbahwavariabelindependenmemberikaninformasi yang dibutuhkanvariabeldependen (Yuniarsih : 2023).