

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian Komparatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan ilmiah yang didesain untuk menjawab pertanyaan penelitian menggunakan angka statistik dan metode penelitian menggunakan metode Uji Beda.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:135), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama yang pernah menggunakan kedua aplikasi online shop Lazada dan Shoppe sebanyak 567 mahasiswa yang aktif pada tahun akademik 2019/2020 sekarang ini.

3.2.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut. Metode dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* adalah Menurut Sugiyono (2010:119) teknik sampling adalah Teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian.

Teknik sampling yang digunakan oleh penulis adalah non probability sampling. Menurut Sugiyono (2010:120) non probability sampling adalah Teknik pengambilan sampel yang memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini responden yang mengisi kuisioner adalah responden yang sudah pernah melakukan pembelian di Lazada dan shopee

Dikarenakan jumlah populasi diketahui, maka untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini akan menggunakan rumus Slovin. Menurut Slovin (1960), cara menentukan ukuran sampel suatu populasi adalah dengan rumusan sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N.(e)^2)$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Total Populasi

e = Batas Toleransi Error

Dengan menggunakan rumus Slovin sebagaimana tersebut diatas, maka jumlah sampel yang didapat sebanyak :

$$n = 567 / (1 + 567.(10)^2)$$

$$n = 85$$

Didapatkan sebanyak 85 orang mahasiswa sebagai sampel, untuk kepentingan penelitian ini jumlah sampel dibutuhkan adalah sebanyak 85 orang mahasiswa.

3.3. Jenis, Sumber dan Teknik Pengambilan Data

3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang bisa dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.

3.3.2. Sumber data

Yang dimaksud dengan sumber data didalam penelitian ini merupakan subyek dari mana data bisa dapat diperoleh. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data primer. Sumber data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono 2008). Dalam penelitian hal ini data primer yang dapat diperoleh melalui penyebaran kuisioner pada para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama yang menggunakan aplikasi Shopee/Lazada.

3.3.3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan melalui kuesioner. Teknik kuisisioner (angket) adalah teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang tertulis kepada responden (2008).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, penulis menggunakan survey, dimana penulis akan membagikan kuisioner langsung kepada konsumen yang melakukan pembelian aplikasi Shopee/Lazada pada mahasiswa FEB Universitas Narotama Surabaya. Kuisisioner merupakan cara mengumpulkan data yang dibuat oleh peneliti dengan memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk diisi.

3.3.4. Jenis Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2008) skala likert dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk setiap pilihan jawaban yang akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung, pernyataan. Untuk dapat digunakan jawaban yang dipilih dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dengan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dapat dijadikan sebagai titik tolak ukur yang menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Indikator-indikator kuisisioner diukur dengan menggunakan skala likert 5 poin dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala *Likert*

Deskripsi	Skala	Simbol
Sangat setuju	5	SS
Setuju	4	S
Cukup Setuju	3	CS
Tidak setuju	2	TS
Sangat tidak setuju	1	STS

Sumber : Sugiyono, 2008.

3.4. Variabel dan Definisi Operasional

3.4.1. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan 4 variabel bebas (independent variable) yang secara mandiri tidak berkorelasi dengan variabel lainnya, antara lain : cara penggunaan (X1), Promosi (X2), Harga (X3), dan Kepuasan (X4).

3.4.2. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan penjelasan tentang segala sesuatu yang sudah ditetapkan oleh peneliti (variabel), sehingga dapat diamati dan diukur oleh penulis dengan tujuan agar bisa memperoleh informasi dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Variabel Cara penggunaan (X1).

Davis (1993) menyatakan *perceived usefulness* adalah ukuran di mana penggunaan suatu teknologi dipercaya dapat mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Indikator yang digunakan dalam mengukur cara penggunaan aplikasi online ini, antarlain :

- 1) *Perceived usefulness*, Aplikasi online shop Shopee dan dan Lazada sangat bermanfaat dalam melakukan pembelian barang secara online
- 2) *Perceived ease of use*, Aplikasi online shop Shopee dan dan Lazada sangat mudah digunakan dalam melakukan pembelian barang secara online
- 3) *Attitude toward using*, konsumen/pembeli sangat dengan senang hati menerima kehadiran atau adanya aplikasi online shop Shopee dan Lazada dalam melakukan pembelian barang secara online
- 4) *Actual use*, konsumen/pembeli telah mengadopsi aplikasi online shop Shopee dan Lazada dalam melakukan pembelian barang secara online secara berulang-ulang

2. Variabel Promosi (X2)

Promosi online merupakan pemasaran yang bisa dilakukan melalui system komputer online interaktif yang bisa menghubungkan konsumen dengan penjual secara elektronik. Jasa online komersial merupakan jasa yang menawarkan jasa informasi dengan pemasaran online yang membayar iuran secara bulanan. (Kotler 2001). Menurut Rangkuti (2009), indikator yang dapat dalam online adalah link kesitus lainnya, serta iklan yang dapat diletakkan dalam situs yang bersangkutan. Menurut Soegoto (2009), iklan merupakan media promosi yang dapat dibayar oleh perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasa kepada public atau calon konsumen. Indikator yang digunakan dalam mengukur promosi online ini, antara lain :

- 1) Promosi produk yang ditawarkan Shopee/Lazada menarik minat mahasiswa untuk membeli
- 2) Promosi Online Shop Shopee/Lazada sangat menarik
- 3) Promosi yang dilakukan Shopee/Lazada secara rutin melalui berbagai macam media
- 4) Discount yang ditawarkan melalui promosi antara Shopee/Lazada sangat menarik

3. Variabel Harga (X3)

Harga adalah jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non- moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang dipertukarkan untuk mendapatkan suatu produk. Menurut Kotler dan Armstrong yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2012:52), ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu: keterjangkauan harga, kesesuaian harga

dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga. Indikator yang digunakan dalam mengukur variabel harga ini, antara lain :

- 1) Harga Produk Shopee/Lazada dapat dijangkau oleh mahasiswa
- 2) Harga Shopee/Lazada dapat bersaing dengan competitor layanan sejenis
- 3) Harga Shopee/Lazada sesuai dengan fasilitas yang disediakan
- 4) Harga Shopee/Lazada sesuai dengan kualitas produk

4. Variabel Kepuasan konsumen (X4)

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang, dan puas yang dirasakan setiap individu karena antara harapan dan kenyataan dalam memakai dan pelayanan yang diberikan terpenuhi. Indikator yang digunakan dalam mengukur kepuasan konsumen ini, antara lain :

- 1) Sebagai pembeli produk online shop Shopee/Lazada kualitas yang diberikansesuai dengan harapan
- 2) Sebagai pembeli manfaat yang diperoleh sesuai dengan tarif harga yg dibayarkan
- 3) Sebagai pembeli puas dengan kualitas pelayanan yg diberikan olehShopee/Lazada
- 4) Cara pembayaran yang ditawarkan pada online shop Shopee/Lazada sangat mudah
- 5) Pengiriman barang yang dilakukan oleh penjual pada online shop Shopee/Lazada sesuai dengan waktu yang dijanjikan dan tepat waktu
- 6) Sebagai pembeli pada online shop Shopee/Lazada, saya merasa puas dengan respon penjual atas komplain barang yang telah saya beli

Sedangkan metode yang dapat digunakan untuk mengkur variabel-variabel tersebut menggunakan skala likert sebagai berikut :

Tabel 3.4. Pengukuran Skala Likerts

Definisi	Nilai
Memilih jawaban sangat tidak setuju	1
Memilih jawaban tidak setuju	2
Memilih jawaban Cukup setuju	3
Memilih jawaban setuju	4
Memilih jawaban sangat setuju	5

Sumber : Sugiyono, (2008)

3.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif, yaitu suatu teknik analisis data dengan menggunakan perhitungan angka dan rumus statistik dari data-data primer yang telah dikumpulkan. Data dianalisis dengan menggunakan software SPSS for Social Science versi 18. Adapun langkah-langkah analisis kuantitatif sebagai berikut:

3.5.1. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi sebenarnya yang diukur. Analisis validitas item bertujuan untuk menguji apakah tiap butir pertanyaan benar-benar telah sah. Menurut Sugiyono (2011:134) bila koefisien korelasi sama dengan 0,3 atau lebih (paling kecil 0,3), maka butir instrumen dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas variabel ditentukan berdasarkan nilai *alpha cronbach*, apabila nilai *alpha cronbach* lebih besar dari 0,6 maka dikatakan variabel tersebut reliabel atau dapat diandalkan.

3.5.2. Uji t beda sampel berpasangan (*paired t-test*)

Uji Paired Sample T Test adalah pengujian yang digunakan untuk membandingkan selisih dua mean dari dua sampel yang berpasangan dengan asumsi data berdistribusi normal. Sampel berpasangan berasal dari subjek yang sama, setiap variabel diambil saat situasi dan keadaan yang berbeda. Uji Paired Sample T Test, bisa dengan menggunakan software olah data statistik semisala SPSS, MINITAB, dengan perhitungan menggunakan micorosoft excel maupun bisa dengan perhitungan manual.

Rumus uji Paired Sample T Test (Uji-t) :

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2 + s_2^2}{2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

Keterangan :

\bar{X}_1, \bar{X}_2 = Rata-rata Sampel 1, 2

S_1, S_2 = Simpangan baku sampel 1, 2

S^2_1, S^2_2 = Varian sampel 1, 2

t = korelasi antar dua sampel

Uji t beda sampel berpasangan (*paired t-test*) adalah uji yang dilakukan untuk membuktikan apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara 2 sampel, dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen pengguna aplikasi Shopee dan Lazada. Langkah-langkah *paired t-test* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menghitung kepuasan konsumen pengguna aplikasi Shopee dan Lazada berdasarkan jawaban responden.
2. Merumuskan uji hipotesis dengan langkah:

$H_0 : \mu_1 = \mu_2$, tidak ada perbedaan terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi Shopee dan Lazada.

$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$, ada perbedaan terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi Shopee dan Lazada.
3. Menggunakan *level of significant* (α) 5%
4. Pengujian dengan menggunakan nilai sig.
 - 1) Jika nilai sig. < 0,05, maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, berarti ada perbedaan signifikan.
 - 2) Jika nilai sig. > 0,05, maka H_0 diterima atau H_1 ditolak, berarti tidak ada perbedaan signifikan.