

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dimulai dari bulan Januari 2024 dan penyebaran kuesioner dilaksanakan pada bulan Juli 2024. Penelitian ini berfokus pada konsumen dengan pembatasan lokasi yaitu di DKI Jakarta. Provinsi DKI Jakarta merupakan salah satu daerah dengan pengguna internet yang cukup besar, penetrasi pengguna internet di DKI Jakarta pada 2023 mencapai 86,96% (APJII, 2023). DKI Jakarta saat ini sedang memasuki masa bonus demografi yang berarti lebih dari dua pertiga total penduduknya mencapai usia produktif 15 – 64 tahun (DPPAPP, 2023).

B. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif merupakan suatu proses penelitian dengan menggunakan angka sebagai alat untuk menganalisis hal yang ingin penulis ketahui (Millena & Jesi, 2021). Menurut Anggara et al. (2022) menyatakan bahwa metodologi penelitian survei bertujuan memaparkan deskripsi kuantitatif suatu kecenderungan, sikap, atau opini dari suatu populasi tertentu.

Metode survei yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan secara *online* dengan mengisi kuesioner menggunakan *Google form*. Peneliti

memilih *Google Form* sebagai alat pengisian kuesioner karena memudahkan dalam menyebarkan kuesioner. Selain itu, penyebaran kuesioner secara *online* lebih efektif karena sederhana, menghemat waktu dan biaya.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Ramli (2023), populasi adalah gabungan seluruh unsur yang berupa peristiwa, benda, atau orang yang mempunyai kesamaan ciri dan menjadi objek perhatian peneliti. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang mengetahui mengenai Matahari.com melalui aplikasi ataupun *website* di wilayah DKI Jakarta karena objek dari penelitian ini yaitu *e-commerce* Matahari.com. Provinsi DKI Jakarta merupakan salah satu daerah dengan pengguna internet yang cukup besar, penetrasi pengguna internet di DKI Jakarta pada 2023 mencapai 86,96% (APJII, 2023).

2. Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *quota sampling*. Menurut Putra et al. (2020) *Non Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk ditetapkan sebagai sampel. Teknik *quota sampling*, yaitu sampel dipilih dari populasi dengan memberikan kuota tertentu kepada

setiap kelompoknya (Sayekti, 2021). Pada penelitian ini kelompok responden yang digunakan berasal dari Jakarta Utara, Jakarta Selatan, Jakarta Timur, Jakarta Barat dan Jakarta Pusat. Penentuan jumlah sampel ditentukan berdasarkan pada rumus Hair karena dapat digunakan untuk menentukan ukuran sampel yang belum pasti. Sampel yang disarankan besarnya antara 100 hingga 200 responden agar memberikan hasil yang baik. Jumlah sampel ditentukan pada indikator dikali bilangan 5 sampai 10 (Pamuji et al., 2023). Jumlah sampel pada penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times (\text{bilangan } 5 \text{ sampai } 10) \\ &= 16 \times 10 \\ &= 160\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 160 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik kuesioner secara *online* melalui *google form* yang disebarkan kepada target responden untuk memperoleh data penelitian. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa macam pertanyaan yang berhubungan dengan masalah penelitian (Prawiyogi et al., 2021).

1. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel tunggal. Variabel tunggal adalah variabel yang hanya mengungkapkan untuk dideskripsikan unsur atau faktor-faktor di dalam setiap gejala yang termasuk variabel tersebut (Hidayat et al., 2020). Variabel tunggal dalam penelitian ini adalah minat beli (*purchase intention*) konsumen pada Matahari.com.

Minat beli (*purchase intention*) adalah keinginan yang timbul dalam diri seseorang untuk melakukan pembelian suatu produk atau jasa dengan pertimbangan sebelum proses pembelian di masa yang akan datang Menurut Darojat (2021) Definisi operasional variabel adalah definisi yang diberikan dengan memberi makna pada variabel atau mendefinisikan fungsi atau membenarkan fungsi yang diperlukan untuk mengukur variabel. Penelitian ini menggunakan satu variabel yang kemudian dijabarkan dengan definisi operasional variabel untuk menjelaskan variabel yang diteliti menjadi indikator-indikator untuk mengukur minat beli konsumen. Variabel yang digunakan adalah minat beli dan diukur berdasarkan minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif.

2. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah suatu operasi yang berupaya menggambarkan konsep suatu variabel dalam konsep yang lebih

sederhana (Lianasari & Ahmadi, 2022). Operasionalisasi variabel merupakan gambaran variabel, dimensi dan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Penelitian ini menggunakan variabel tunggal. Variabel tunggal dalam penelitian ini adalah minat beli (*purchase intention*). Berikut ini terdapat sebuah tabel operasionalisasi variabel yang akan digunakan untuk mengumpulkan data dengan menggunakan metode survei dalam bentuk kuesioner yang akan diisi oleh responden melalui *google form*. Dalam tabel operasionalisasi variabel ini, terdapat variabel, dimensi dan indikator yang digunakan pada penelitian.

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber
Minat Beli	Transaksional	1. Ketertarikan Produk	Ferdinand (2019)
		2. Keinginan Membeli	
		3. Urgensi Pembelian	
		4. Frekuensi Pembelian	
	Referensial	1. Informasi Produk	
		2. Referensi Produk	
		3. Rekomendasi Produk	
		4. Umpan balik	
	Preferensial	1. Keterikatan produk	
		2. Persepsi Produk	
		3. Perbandingan Produk	
		4. Loyalitas Produk	
	Eksploratif	1. Mencari Informasi	
		2. Pengguna Informasi	
		3. Sumber Informasi	
		4. Kunjungan Konsumen	

Sumber : Diolah oleh peneliti (2024)

Pada penelitian ini menggunakan *skala likert*, yaitu untuk menimbang sikap, pendapat, persepsi manusia terhadap gejala, ataupun

tanda yang dialaminya. Tanggapan atas *skala likert* berkisar dari yang tertinggi ke terendah atau dari terendah ke tertinggi (Supriatna et al., 2023). Skala jawaban tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3. 2 Skala Jawaban Kuesioner

No	Skala Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Setuju	S	3
4	Sangat Setuju	SS	4

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

3. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Menurut Darajat (2021), uji validitas digunakan untuk mengukur sah tidaknya kuesioner. Menurut Janna (2020) Validitas merupakan suatu pengujian yang tugasnya untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu alat ukur. Alat ukur yang disebutkan di sini adalah pertanyaan kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

Pada penelitian ini, alat yang digunakan yakni perangkat lunak SPSS 29 dalam melakukan pengujian validitas sebuah instrumen Uji validitas dilakukan terhadap indikator-indikator pada kuesioner daring yang sudah diisi oleh responden. Metode pengambilan keputusan untuk uji validitas berdasarkan pada nilai korelasi dengan

nilai r tabel = 0,2019 karena jumlah sampel yang digunakan yaitu 160 sampel dengan korelasi signifikan pada level 0,01.

- a. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka item dinyatakan valid
- b. Jika nilai r hitung $<$ r tabel, maka item dinyatakan tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Menurut Janna (2020), reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang sama walaupun dilakukan pengukuran berkali-kali.

Pengukuran reliabilitas pada penelitian ini menggunakan pengukuran *Cronbach's Alpha*. Apabila pengukuran *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,6 maka variabel penelitian dinyatakan kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan 0,8 adalah baik (Taufik et al., 2022). Maka disimpulkan bahwa suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $>$ 0,6.

E. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif.

Analisis deskriptif merupakan suatu metode analisis data yang

digunakan untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan tanpa menarik kesimpulan umum atau generalisasi (Khairunnisa et al., 2020). Tujuan metode ini adalah mendeskripsikan atau mengilustrasikan data yang telah dikumpulkan, mengkategorikan dan merumuskan sedemikian rupa sehingga memperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang sedang diteliti.

2. Analisis Rata-Rata (Minat Beli)

Dalam interpretasi hasil penelitian yang diperoleh dari tanggapan responden terhadap keempat dimensi pada kuesioner, peneliti mengadaptasi pada kriteria interpretasi dengan menggunakan skor kriteria dan membaginya menjadi empat kriteria, dapat dilihat pada tabel kriteria sebagai berikut :

Tabel 3. 3 Bobot Skor Kriteria Variabel

No	Skor Kriteria	Minat Beli Konsumen (S+SS)
1	75% - 100%	Sangat Baik
2	50% - 75%	Baik
3	25% - 50%	Tidak Baik
4	1% - 25%	Sangat Tidak Baik

Sumber: Widiandyah e al. (2023)

Hasil jawaban responden akan dihitung menggunakan skor rata-rata yang diperoleh dengan menjumlahkan semua hasil kali bobot dan frekuensinya, lalu membaginya dengan jumlah frekuensinya. Cara menghitung skor rata-rata menurut Widiandyah et al. (2023) menggunakan rumus sebagai berikut :

$$X = \frac{\sum xi.fi}{\sum fi}$$

Keterangan :

X = Rata-rata berbobot

f_i = frekuensi

xi = Bobot

Selanjutnya, Letak posisi tanggapan responden pada sampel dapat ditentukan oleh rentang skala penilaian yang dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$RS = \frac{R (bobot)}{M}$$

Yaitu :

RS = Rasio Skala

R (bobot) = Bobot terbesar – Bobot terkecil

M = Banyaknya kategori bobot

Bobot tertinggi diambil dari rentang nilai tertinggi skala yaitu empat (4) untuk jawaban “Sangat Tinggi”, sedangkan bobot terendah diambil dari rentang nilai terendah skala yaitu untuk jawaban satu (1) "Sangat Rendah". Menurut rumus Purwanto (2023) diperoleh rentang skala sebagai berikut :

$$RS = \frac{(4 - 1)}{4} = 0,75$$

Tabel 3. 4 Rentang Skala Kriteria Keputusan Variabel

Rentang Skala	Kriteria Keputusan
1,00 - 1,75	Sangat Rendah
1,76 - 2,50	Rendah
2,51 - 3,25	Tinggi
3,26 - 4,00	Sangat Tinggi

Sumber : Purwanto (2023)

