

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan rumusan masalah asosiatif menggunakan hubungan kausal. Menurut Sugiyono (2016 : 8) menjelaskan bahwa “Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Menurut Sugiyono (2016 : 37) “Rumusan masalah asosiatif adalah rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih”. Hubungan kausal menurut Kurniawan (2019 : 43) “Hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat memengaruhi antara satu variabel atau lebih dengan variabel lainnya, dalam bentuk ini jelas atau pasti variabel bebas dan terikatnya”.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2016 : 39) “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen (X)

yaitu faktor kebudayaan (X_1), faktor sosial (X_2), faktor pribadi (X_3), faktor psikologis (X_4), dan variabel dependen (Y) yaitu kepuasan pelanggan.

Definisi dari beberapa variabel tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Faktor Kebudayaan (X_1)	Menurut Koetjaraningrat dalam Sunyoto (2013 : 14) menyatakan bahwa “Secara definitif kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik dari manusia belajar”.	Menurut Sumarwan dalam Sujani (2017 : 193) menyatakan ada beberapa indikator kebudayaan yakni : a. Nilai (kepercayaan produk); b. Pandangan baik dan buruk terhadap produk; c. Kebiasaan untuk memilih produk.
2	Faktor Sosial (X_2)	Menurut Kotler dalam sunyoto (2014 : 7) menyatakan bahwa “Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen yang bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan keanggotaannya mempunyai nilai minat dan perilaku yang sama”.	Menurut Setiadi dalam Sujani (2013 : 193) menyatakan beberapa indikator sosial antara lain : a. Rekan kerja; b. Keluarga; c. Peran dan status sosial dalam masyarakat.

3	Faktor Pribadi (X ₃)	Menurut Suyoto (2014:30) menyatakan bahwa “Kepribadian adalah pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertingkah laku”.	Indikator faktor pribadi menurut Setiadi dalam Sujani (2017 : 194) dapat diukur dengan sebagai berikut : a. Pekerjaan; b. Hubungan antar pribadi dan produk; c. Kondisi keuangan.
4	Faktor Psikologis (X ₄)	Menurut Lamb dalam Sujani (2017:194) menyatakan bahwa “Faktor psikologis ialah cara yang digunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat, serta mengambil tindakan”.	Menurut Setiadi dalam Sujani (2017 : 194) menyatakan bahwa indikator faktor psikologis sebagai berikut : a. Motivasi memilih produk; b. Persepsi terhadap produk; c. Kepercayaan terhadap produk.
5	Kepuasan Pelanggan (Y)	Menurut Kotler dan Keller dalam Setiawan dan Setiawan (2018:98) menyatakan bahwa “Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan”.	Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019 : 92) menjelaskan bahwa : 1. Kesesuaian harapan; 2. Minat berkunjung kembali; 3. Kesiediaan merekomendasikan.

Sumber : Data diolah, 2021

3.2.1 Skala pengukuran Variabel

Menurut Sugiyono (2016 : 92) “Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut apabila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif”. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Likert*.

Menurut Kurniawan (2019 : 68) menyebutkan bahwa “Skala *Likert* adalah skala yang sering digunakan dalam penelitian yang menggunakan kuisisioner. Digunakan untuk mengukur respon subjek ke dalam 5 poin skala dengan interval yang sama”. Dengan menggunakan Skala *Likert*, maka variabel yang diukur akan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Dalam skala pengukuran jenis ini, responden diminta untuk memberikan penilaian pada beberapa pertanyaan yang diukur dalam skala tertentu dalam kuisisioner. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu diberi skor sebagai berikut :

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju
3. Skor 3 untuk jawaban Ragu-ragu
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju

5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016 : 80) menyatakan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi yang diteliti pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo yang pernah menggunakan Shopee lebih dari sekali. Jumlah populasi dalam 1 bulan pada penelitian ini tidak dapat diketahui dengan pasti dikarenakan populasi yang banyak dan tidak ada data pendukung. Oleh karena itu peneliti menyebarkan 200 kuesioner kepada masyarakat Kecamatan Mayangan yang menggunakan Shopee. Kuesioner dibagikan pada Bulan Maret - April 2022 di Kecamatan Mayangan.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016 : 81) “Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah pelanggan Shopee yang ada di Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo. Di dalam penelitian ini jumlah populasinya tidak diketahui dengan pasti maka jumlah sampel yang akan diteliti menggunakan teori pengambilan sampel menurut Roscoe dalam Sugiyono (2016 : 91) memberikan saran tentang ukuran

sampel dalam penelitian “Bila dalam penelitian akan melakukan analisis multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti”. Pada penelitian ini terdapat 5 variabel (independen + dependen), maka jumlah anggota sampelnya $5 \times 10 = 50$ responden.

Teknik pengambilan sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yakni *sampling purposive*. Menurut Sugiyono (2016 : 84) menjelaskan bahwa “*Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur/anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Sedangkan merujuk pada *sampling purposive* Sugiyono (2016 : 85) menjelaskan bahwa “*Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”. *Purposive sampling* disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian (Amiruddin, 2016 : 245). Kriteria sampel pada penelitian ini yakni pengguna Shopee lebih dari sekali, usia 15 tahun – 40 tahun dan juga yang berdomisili di Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo.

3.4 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan ialah data yang bersifat kuantitatif karena dinyatakan dengan angka yang menunjukkan nilai

terhadap besaran atas variabel yang diwakilinya. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Menurut Sunyoto (2012 : 28) “Data primer merupakan data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah riset secara khusus”. Sedangkan menurut Sujarweni (2020 : 89) “Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuisisioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara dengan narasumber”.

Data primer dalam penelitian ini yakni data dari hasil kuisisioner yang disebar oleh peneliti dan kemudian diisi oleh responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, yaitu masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo yang menjadi pelanggan Shopee.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2016 : 225) menyatakan bahwa “Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”. Data sekunder pada penelitian ini berupa jurnal, artikel, dan pendukung lainnya.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan metode sebagai berikut :

a. Kuisisioner (Angket)

Menurut Sunyoto (2016 : 142) menyatakan bahwa “Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Kuisisioner (angket) pada penelitian ini dibagikan kepada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo yang menjadi pelanggan Shopee/menggunakan Shopee lebih dari sekali.

b. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018 : 240) menyatakan bahwa “Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain”.

c. Observasi

Menurut Sugiyono (2018 : 145) “Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain yaitu wawancara dan kuisisioner”.

3.5 Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif deskriptif. Menurut Kurniawan (2019 : 105) menyebutkan bahwa

“Analisis kuantitatif yaitu pengujian analisis data berkaitan dengan angka, uji statistik, dan uji statistik tersebut disesuaikan dengan rumusan identifikasi yang diteliti”. Menurut Sugiyono dalam Priyatno (2014 : 30) “Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskriptifkan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas menurut Priyatno (2014 : 51) yakni “Uji validitas item merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur”. Jadi validitas ingin mengukur apa yang hendak diukur. Item dapat dikatakan valid apabila adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, hal ini menunjukkan bahwa adanya dukungan item tersebut dalam mengungkapkan suatu yang ingin diungkap. Masing-masing item dikatakan valid apabila $R_{hitung} > R_{tabel}$. Uji signifikansi ini membandingkan korelasi antara masing-masing item pertanyaan dengan nilai total.

Apabila besarnya nilai total koefisien item pertanyaan masing-masing variabel melebihi nilai signifikan maka pertanyaan tersebut dinilai tidak valid. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi

ukurannya. Perhitungan tersebut akan dilakukan dengan bantuan komputer yaitu SPSS Statistic 23 untuk mengetahui nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, perlu dikonsultasikan dengan tabel *r product moment*.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menurut Priyatno (2014 : 64) “Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuisioner”. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian yakni item yang valid saja.

Untuk mengetahui apakah alat ukur reliabel atau tidak, maka akan diuji menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Sebagai pedoman umum untuk menentukan reabilitas bulir pertanyaan maka suatu instrumen dikatakan reabel apabila *Cronbach Alpha* \geq 0,6. Jika *Cronbatch Alpha* \leq 0,6 maka instrumen dianggap tidak reliabel.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Kurniawan (2019 : 149) “Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak”. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Jika didapat

nilai signifikan $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara *multivariate*.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Priyatno (2014 : 99) “Multikolinieritas artinya antarvariabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan 1)”. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya”.

Dalam Kurniawan (2019 : 150). Uji Multikolinieritas dilakukan juga bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Beberapa kriteria untuk mendeteksi multikolinieritas pada suatu model adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas. Semakin tinggi VIF, maka semakin rendah *tolerance*.
2. Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen $< 0,70$, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas. Jika $> 0,07$ maka diasumsikan terjadi korelasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat

antar variabel independen sehingga terjadi multikolinieritas.

3. Jika nilai koefisien determinasi, baik R^2 maupun *Adjusted* R^2 diatas 0,60, namun tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen, maka diasumsikan model terkena multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Kurniawan (2019 : 151) “Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain”. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.

Deteksi heterosdestisitas dapat dilakukan dengan metode uji glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Menurut Kurniawan (2019 : 151) “Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain yang disusun menurut runtut waktu”. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi.

Autokorelasi terjadi pada sampel dengan data *time series* dengan n-sampel adalah periode waktu. Uji statistik yang sering digunakan adalah uji Durbin-Watson (DW) dengan menggunakan kriteria jika D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif, angka D-W diantara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi, angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

3.5.3 Analisis Regresi Berganda

Menurut Kurniawan (2019 : 172) “Analisis Regresi merupakan suatu teknik untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan (*prediction*)”. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dan diolah menggunakan perangkat lunak SPSS. Persamaan *Multiple Linier Regression* adalah model persamaan regresi linier dengan variabel bebas lebih dari satu (Kurniawan, 2019 : 188). Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Koefisien konstanta

b = Koefisien regresif

X₁ = Faktor kebudayaan

X₂ = Faktor Sosial

X₃ = Faktor Pribadi

X₄ = Faktor Psikologis

ε = Error

3.5.4 Analisis Determinasi (R²)

Menurut Sujarweni (2015 : 228) “Koefisien determinasi (*Good of fit*), yang dinotasikan dengan R² merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi. Determinasi (R²) mencerminkan variabel dependen”. Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen nilai R² menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Semakin tinggi nilai R² maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

Perhitungan koefisien, determinasi dilakukan dengan program SPSS Statistic 23 dengan cara *Analyze – Regression-Linear*. Hasil akan diketahui dari *output Model Summary* pada kolom nilai *R Square*.

3.5.5 Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Menurut Sujarweni (2015 : 161) “Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y)”. Apabila nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 (5%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis dapat diterima jika taraf signifikan (α) kurang dari 0,05 dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan (α) lebih dari 0,05.

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi yaitu :

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Atau

- 1) Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Uji F (Simultan)

Menurut Sujarweni (2015 : 228) “Signifikansi regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikan (sig) dimana jika nilai sig dibawah 0,05 atau variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen”. Uji F-statistik digunakan untuk membuktikan ada pengaruh antara variabel independen terhadap

variabel dependen secara simultan. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara siumultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel terikatnya.

Perhitungan F_{hitung} dilakukan dengan bantuan komputer yakni menggunakan progmm SPSS Statistic 23 dengan cara *Analyze – Regression-Linear*. Hasil akan diketahui dari *output* ANOVVA pada kolom nilai F. Tingkat kepercayaan yang digunakan 95% atau taraf signifikasinya adalah 5% dengan kriteria antara lain :

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) secara bersama-sama dengan variabel terikat (Y).
- 2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) secara bersama-sama dengan variabel terikat (Y).
- 3) Kriteria pengujian

Untuk mengetahui nilai F_{tabel} adalah dengan menentukan dk pembilang pada kolom dk penyebut pada baris terlebih dahulu, dk pembilang merupakan jumlah prediktor/variabel bebas yang digunakan, sedangkan untuk menentukan dk penyebut menggunakan rumus $(N-k-1)$, dimana N merupakan jumlah sampel, dan k merupakan jumlah prediktor. Setelah

menentukan dk pembilang dan penyebut maka akan diperoleh nilai untuk probabilitas atau taraf nyata 5% (0,05) pada F_{tabel} .

c. Uji Dominan

Untuk melihat variabel mana yang berpengaruh lebih dominan, maka dapat dilihat berdasarkan uji T_{hitung} dari hasil pengujian parsial. Variabel independen (X) yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen (Y) adalah variabel yang memiliki T_{hitung} lebih besar atau *Standardized Coefficients Beta* lebih besar.