

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian didefinisikan sebagai fenomena spesifik yang diteliti dalam penelitian sehingga mendapatkan informasi baru yang nantinya dapat diambil kesimpulannya (Sekaran & Bougie, 2017). Objek pada penelitian ini adalah *website* Tupperware shop dan Tupperware. Subjek pada penelitian ini adalah *customer* Tupperware.

Dalam penelitian ini terdapat variabel yang diteliti, variabel independen diberi simbol (X) dan variabel dependen diberi simbol (Y). Variabel (X) dalam penelitian ini adalah kualitas *website* dan inovasi produk. Sedangkan, variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan sebuah pendekatan ilmiah yang dilakukan untuk memperoleh data dari permasalahan yang terdapat dalam penelitian (Sekaran & Bougie, 2017). Metode penelitian digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis, dengan tujuan menjawab pertanyaan, dan menguji hipotesis dari permasalahan yang telah dirumuskan.

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan jenis penelitian kausal. Menurut Sekaran & Bougie (2017) jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal digunakan, dengan tujuan untuk mengetahui hubungan sebab - akibat antara variabel independen (kualitas *website*) dan variabel dependen (inovasi produk) terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini, menguji hipotesis yang ditetapkan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan penelitian kuantitatif data yang didapatkan diperoleh dari skala pengukuran terhadap indikator yang dipertanyakan kepada responden, sehingga hasil dari analisis permasalahan didapatkan dengan gambaran yang pasti, terukur, dan dapat diandalkan. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode survei, dengan membuat daftar pertanyaan melalui kuesioner yang disebarkan secara *online* kepada responden yang sebelumnya telah ditentukan. Data penelitian diolah dengan menggunakan *software* SPSS *statistic* 26.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel merupakan cara untuk mengukur variabel independen dan variabel dependen (Ulfa, 2021). Variabel independen atau variabel bebas, menurut (Ulfa, 2021) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan terjadinya variabel dependen didalam sebuah penelitian. Kualitas *website* Tupperware shop (X1) dan inovasi produk (X2) merupakan variabel independen dalam penelitian ini. Variabel dependen diartikan sebagai variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Ulfa, 2021). Keputusan pembelian (Z) merupakan variabel dependen didalam penelitian ini. Berikut merupakan tabel operasionalisasi variabel dalam penelitian ini, sebagai berikut.

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala Likert
Kualitas <i>website</i> Tupperware shop (X1)	<i>Usability</i>	Kemudahan dalam mengoperasikan situs <i>website</i> .	Tingkat kemudahan dalam mengoperasikan <i>website</i> Tupperware shop.	1-5
	<i>Quality</i>	Kemudahan dalam mengakses <i>website</i> .	Tingkat kemudahan dalam mengakses <i>website</i> Tupperware shop.	1-5

	Kemudahan dalam melakukan navigasi menu didalam <i>website</i> .	Tingkat kemudahan dalam melakukan navigasi menu didalam <i>website</i> .	1-5
	Kesesuaian <i>website</i> dengan jenis <i>website</i> .	Tingkat kesesuaian <i>website</i> dengan jenis <i>website</i> .	1-5
	Kecepatan waktu muat <i>website</i> .	Tingkat penilaian kecepatan waktu muat <i>website</i> .	1-5
	Kemenarikan <i>website</i> .	Tingkat penilaian kemenarikan tampilan <i>website</i> .	1-5
<i>Informati on Quality</i>	Keakuratan informasi yang disediakan	Tingkat keakuratan informasi yang disediakan	1-5

didalam <i>website</i> .	didalam <i>website</i> Tupperware shop.	
Kredibilitas Informasi.	Tingkat kredibilitas informasi.	1-5
Ketepatan waktu penyajian informasi.	Tingkat ketepatan penyajian informasi.	1-5
Kesesuaian informasi.	Tingkat kesesuaian informasi yang terdapat didalam <i>website</i> dengan informasi yang dibutuhkan oleh <i>user</i> .	1-5
Kemudahan memahami informasi yang terdapat	Tingkat kemudahan memahami informasi yang	1-5

	didalam <i>website.</i>	terdapat didalam <i>website.</i>	
	Informasi detail.	Tingkat kedetailan informasi yang terdapat didalam <i>website</i> Tupperware shop.	1-5
<i>Service</i> <i>Interacion</i> <i>Quality</i>	Reputasi <i>website</i> berdasarkan perspektif pengguna.	Tingkat reputasi <i>website</i> berdasarkan perspektif pengguna.	1-5
	Memberikan ruang interaksi antara <i>customer,</i> pihak Tupperware dan pelanggan lainnya.	Tingkat interaksi yang terdapat didalam Tupperware shop.	
	Kemenarikan tampilan	Tingkat kemenarikan	1-5

		(warna, <i>font</i> , dan tata letak <i>layout</i>).	tampilan <i>website</i> Tupperware shop.	
Inovasi Produk (X2)	Produk	Kualitas produk.	Tingkat kualitas produk Tupperware.	1-5
	Varian produk	Inovasi varian produk.	Tingkat inovasi Tupperware dalam menciptakan varian produk baru.	1-5
		Keragaman produk.	Tingkat keragaman produk Tupperware.	1-5
		Perbedaan produk dengan kompetitor.	Tingkat perbedaan produk dengan kompetitor.	1-5
	Gaya dan <i>design</i> produk	Kebaruan <i>design</i> produk.	Tingkat kebaruan <i>design</i>	1-5

			produk Tupperware.	
		Kesesuaian <i>design</i> produk dengan selera konsumen.	Tingkat kesesuaian <i>design</i> produk dengan selera konsumen.	1-5
Keputusan pembelian (X)	Produk	Keyakinan terhadap produk.	Keyakinan dalam membeli produk Tupperware.	1-5
		Pilihan produk yang ditawarkan.	Banyaknya variasi produk yang ditawarkan.	1-5
	Merek	Keterbiasaan dalam menggunakan merek.	Tingkat keterbiasaan dalam menggunakan produk Tupperware.	1-5

Penyalur	Kemudahan dalam mendapatkan produk.	Tingkat kemudahan dalam mendapatkan produk dari penyalur.	1-5
Jumlah pembeli	Keputusan jumlah membeli produk.	Tingkat Keputusan jumlah membeli produk Tupperware.	1-5
Metode pembayaran	Kemudahan dalam melakukan transaksi pembelian.	Tingkat kemudahan dalam melakukan transaksi pembelian.	1-5

2.3 Jenis dan Sumber Data

Data dalam penelitian diperoleh melalui dua jenis sumber data, yaitu sebagai berikut:

1. Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung tanpa perantara dan dijadikan sebagai data utama penelitian (Balaka, 2022). Data primer dapat diperoleh melalui penyebaran kuesioner sehingga didapatkan hasil dari analisis yang dapat menanggapi permasalahan penelitian.
2. Data sekunder merupakan data yang terdapat didalam penelitian, yang diperoleh secara tidak langsung, melalui beberapa sumber referensi jurnal, artikel buku dan internet dengan sumber yang dapat dipercaya (Balaka, 2022).

3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan anggota atau subjek penelitian (Sekaran & Bougie, 2017). Populasi merupakan keseluruhan lingkup seperti kelompok orang, peristiwa, ataupun hal lain yang ingin diselidiki pada saat penelitian. Populasi pada penelitian ini yaitu, seseorang yang pernah melakukan pembelian produk Tupperware minimal satu kali, serta pernah mengakses *website* Tupperwaresop, dengan rentang usia 17 - 35 tahun. Menurut Barus & Silalahi (2021) menyatakan bahwa seseorang yang berusia 17 - 25 tahun cenderung lebih aktif dalam mengoperasikan internet, seperti penggunaan *website* dan media sosial. Seseorang yang berusia 17 tahun sudah mampu memutuskan untuk membeli barang yang diinginkan (Syarifah, 2022).

3.2.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian (Sekaran & Bougie, 2017). Jumlah sampel dapat mewakili populasi. Sampel dapat dijadikan sebagai data acuan dari penelitian yang sedang dijalankan. Menurut Sekaran & Bougie (2017) penelitian dapat dilakukan dengan pengujian pada sejumlah kecil individu yang mewakili populasi. Dalam penelitian ini digunakan teknik *Probability sampling* dengan pendekatan *simple random sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel, yang memberikan peluang yang sama, bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sekaran & Bougie, 2017). *Simple random sampling* digunakan dengan tujuan menentukan sampel penelitian dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi (Sekaran & Bougie, 2017).

3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teori Hair (2014). Teori Hair (2014) menyatakan bahwa pengambilan sampel dilakukan dengan menghitung jumlah indikator dikali 5 - 10. Jumlah indikator dalam penelitian ini adalah sebanyak 27 indikator, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$n = 5 \times (\text{Jumlah Indikator})$$

$$n = 5 \times 27$$

$$n = 135 \text{ sampel}$$

Maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 135 responden. Kriteria sampel pada penelitian ini diantaranya yakni:

1. Responden berusia 17 - 35 tahun.
2. Responden mengetahui dan pernah mengunjungi *website* Tupperware shop.
3. Responden pernah membeli produk Tupperware minimal satu kali.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian diperoleh berdasarkan dua sumber data, yaitu data sekunder dan data primer. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

1. Studi literatur

Data yang diperoleh merupakan data sekunder, teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode studi literatur diperoleh melalui artikel, buku, jurnal, serta referensi internet dengan topik bahasan yang relevan dengan variabel penelitian.

2. Metode survei

Data primer didapatkan melalui metode survei, menggunakan kuesioner yang disebarakan secara *online*. Metode survei dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada responden, berisi sejumlah pertanyaan untuk dijawab responden (Sekaran & Bougie, 2017). Teknik pengumpulan data, dengan menggunakan metode survei, dilakukan dengan menyebarkan kuesioner (daring) yang dibuat melalui Google Form. Daftar kuesioner disebarakan melalui platform digital. Daftar pertanyaan dirancang dimulai dari identitas hingga pertanyaan - pertanyaan mengenai topik penelitian dengan menggunakan jenis Skala Likert.

Skala Likert terdiri dari 5 kategori sebagai berikut.

Tabel 3. 2

Skala Likert

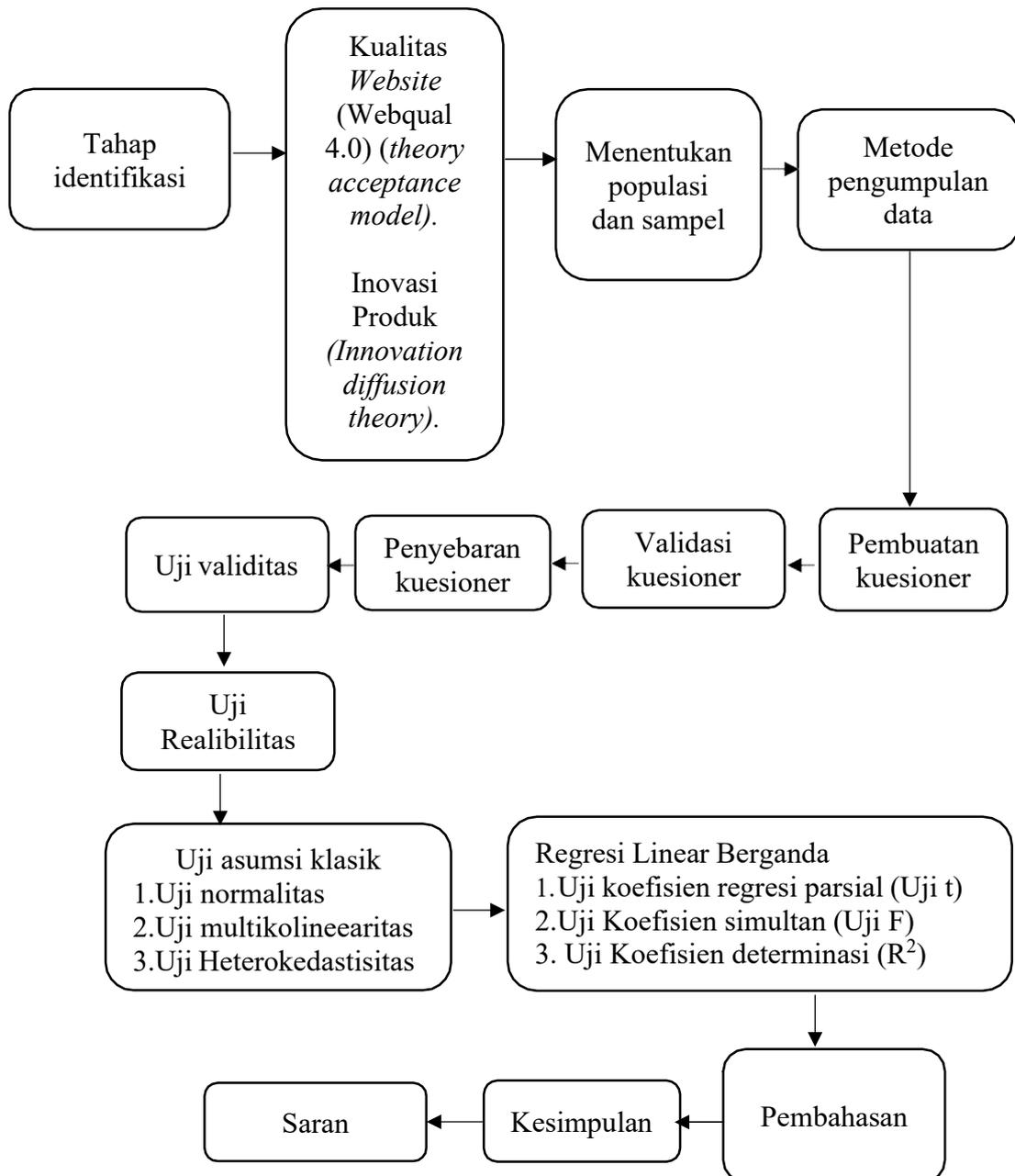
Deskripsi	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2

Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Skala Likert digunakan untuk mengkategorikan variabel ke dalam kelompok dan melakukan *ranking* terhadap kategori (Sekaran & Bougie, 2017). Penelitian ini menggunakan skala likert dengan tingkatan

3.2.6 Alur Penelitian

Berikut merupakan alur dari metode penelitian yang dilakukan.



Gambar 3. 1 Alur Penelitian

Alur penelitian merupakan rangkaian langkah yang dilakukan, dalam melakukan penelitian. Alur penelitian digunakan untuk memastikan bahwa penelitian dilakukan dengan cara yang terstruktur, sehingga dapat menghasilkan hasil penelitian yang valid dan sesuai.

3.2.6 Uji Instrumen

3.2.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk menguji valid atau tidaknya sebuah pertanyaan dalam sebuah kuesioner (Darma, 2021). Instrumen penelitian berupa kuesioner dalam penelitian, dilakukan pengukuran untuk menguji bahwa pertanyaan kuesioner dapat diandalkan untuk mengukur variabel yang diteliti. Dasar pengambilan keputusan uji validitas yaitu :

1. Jika r hitung $>$ r tabel maka item pertanyaan dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Menurut Sekaran & Bougie (2017) kuesioner dianggap valid apabila r hitung menunjukkan nilai yang lebih besar dari r tabel dengan *degree of freedom* (df) = $n - 2$, (n = jumlah sampel).

3.2.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa jawaban responden atas pertanyaan di dalam kuesioner stabil, konsisten dan tetap sama dari waktu ke waktu (Darma, 2021). Uji realibilitas dapat memastikan bahwa instrumen penelitian berupa kuesioner akurat digunakan, sehingga dapat digunakan pada responden yang berbeda namun tetap menghasilkan data yang konsisten. Dalam penelitian ini, uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's alpha*. Kriteria pengujian ini yakni:

1. Jika nilai *cronbach's alpha* $>$ tingkat signifikan maka instrumen pertanyaan dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai *cronbach's alpha* $<$ tingkat signifikan maka instrumen pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Menurut Sekaran & Bougie (2017). nilai signifikan yang ditetapkan adalah 0,6, sehingga suatu instrumen pertanyaan dapat dikatakan reliabel apabila nilai

cronbach's Alpha > 0,6. Sebaliknya, jika nilai *cronbach's alpha* < 0,6 maka instrumen penelitian dikatakan tidak reliabel.

3.2.7 Uji Asumsi Klasik

3.2.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data dalam setiap variabel yang sedang diteliti terdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini digunakan *test* statistik *Kolmogorov-Smirnov*. Menurut Ghozali (2018) suatu data dapat terdistribusi normal apabila pada tabel *test of normality* dengan *Kolmogorof Smirnov* bernilai *sig* > 0.05.

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Normal Probability Plots* dan *Uji Kolmogorov - Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas adalah sebagai berikut :

a. *Normal Probability Plots*

Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti grafik histogram, maka data menunjukkan pola distribusi normal, dan model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2018). Sebaliknya, Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti grafik histogramnya, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2018).

b. Uji *Kolmogorov-Smirnov*

Jika nilai signifikansi > 0,05 maka data berdistribusi normal. Sebaliknya, Jika nilai signifikansi < 0,05 maka data berdistribusi tidak normal.

Konsep dasar uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Asymptotic*, *Exact*, dan *Monte carlo*. Dalam uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*, metode *default* dalam pengujian dengan menggunakan *SPPS* yaitu *asymptotic*. Terdapat pendekatan lain dalam uji normalitas *Kolmogorov - Smirnov*, yaitu pendekatan *Monte Carlo* dan *Exact*. Kelemahan dari metode *asymptotic* dapat memberikna hasil uji yang tidak normal jika data yang dimiliki kecil, tidak seimbang, serta tidak terdistribusi dengan baik. Menurut Mehta & Patel (2012) menyatakan bahwa jika sebuah data penelitian sedikit, maka dapat menggunakan metode *Exact*.

3.2.7.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dalam sebuah penelitian dilakukan untuk memastikan ada atau tidaknya korelasi antara variabel independen dalam model regresi

(Ghozali, 2018). Dalam sebuah penelitian, model regresi yang baik yaitu model regresi yang tidak multikolinearitas. Menurut Ghozali (2018) untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas, dapat dilakukan dengan melihat besarnya nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance* yang didasarkan pada hal berikut :

1. Jika nilai *Tolerance* > 0,10 atau nilai VIF < 10, maka variabel dinyatakan bebas multikolinieritas atau tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai *Tolerance* < 0,10 atau nilai VIF > 10, maka variabel dinyatakan terjadi adanya multikolinieritas.

3.2.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menguji adanya ketidaksamaan varian atau residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain (Mardiatmoko, 2020). Uji heterokedastisitas dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan bisa memberikan prediksi yang akurat dan dapat diandalkan (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini, pengujian heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji gleser. Dasar pengambilan keputusan uji gleser menurut Ghozali (2018) adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi > 0.05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi < 0.05 maka terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.2.8 Uji Hipotesis

3.2.8.1 Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Terdapat dua variabel independen, yaitu kualitas *website* Tupperware shop dan inovasi produk. Selanjutnya, terdapat 1 (satu) variabel dependen, yaitu keputusan pembelian. Persamaan regresi linear berganda pada umumnya dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

a = Konstanta

X_1, X_2, \dots, X_n = Variabel independen

b_1, b_2, \dots, b_n = Koefisien dari masing – masing variabel independen

b = Koefisien regresi

e = Standar eror

3.2.8.2 Uji T (Parsial)

Uji T disebut juga dengan uji parsial, Pengujian ini dilakukan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individu atau parsial terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Adapun langkah - langkah untuk melakukan uji T (uji parsial) sebagai berikut (Ishaq dkk., 2021) :

1. Merumuskan hipotesis
2. Menetapkan nilai signifikansi

Nilai signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang banyak digunakan dalam analisis data)

3. Menetapkan nilai t hitung dan t tabel

Menetapkan t tabel menggunakan $df = n - k$

$df = Degree\ of\ freedom$

n = Jumlah data

k = Jumlah variabel independen

4. Pengambilan Keputusan

- a. Berdasarkan nilai signifikan

Variabel independen dinyatakan berpengaruh jika angka $sig < 0,05$. variabel independen dinyatakan tidak berpengaruh terhadap variabel independen apabila angka $sig > 0,05$

- b. Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel

Variabel independen dinyatakan berpengaruh jika dinyatakan t hitung $> t$ tabel, dan variabel independen dinyatakan tidak berpengaruh terhadap variabel independen apabila t hitung $< t$ tabel.

5. Menarik Kesimpulan

3.2.8.3 Uji f (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara gabungan variabel independen secara simultan (bersama - sama) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari kedua variabel yang telah ditentukan. Dasar pengambilan keputusan uji f (uji simultan):

1. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_a (hipotesis alternatif) diterima, yang berarti secara simultan variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ atau nilai signifikan $> 0,05$, maka H_a (Hipotesis alternatif) ditolak, yang berarti secara simultan variabel independen tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

3.2.8.4 Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi, atau R^2 adalah ukuran statistik yang digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Menurut Ghozali (2018) kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

1. Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah, jika K_d mendeteksi nol (0).
2. Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat, jika K_d mendeteksi satu (1).

Nilai koefisien determinasi berkisar dari 0 hingga 1, dimana semakin dekat nilai R^2 ke 1, semakin baik model regresi menjelaskan variasi dalam variabel dependen berdasarkan variabel independen yang dimasukkan ke dalam mode