

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Desain Penelitian**

Dalam menyusun desain atau rancangan penelitian, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Hal itu dilakukan untuk menguji seberapa besar dampak *e-commerce* terhadap tingkat konsumsi produk *fashion remaja* di kota Bandung. Dari pendekatan kuantitatif ini, peneliti akan memperoleh hasil menyeluruh dari populasi yang diwakili oleh sample dalam penelitian (Sugiyono, 2013, hal. 62).

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu *e-commerce* sebagai variabel bebas (independen), dan tingkat konsumsi produk *fashion remaja* di kota Bandung sebagai variabel terikat (dependen). Karenanya, metode statistika inferensial digunakan dalam penelitian ini. Hal itu dilakukan untuk menguji parameter dampak *e-commerce* terhadap tingkat konsumsi produk *fashion remaja* di kota Bandung. kemudian, kedua variabel tersebut akan melalui uji hipotesis untuk mengetahui adakah dampak *e-commerce* terhadap tingkat konsumsi produk *fashion remaja* di kota Bandung.

Selanjutnya, skala Likert akan digunakan untuk menguji instrumen penelitian. Hal itu karena skala Likert dinilai mampu mempersentasikan sifat individu. Lalu skala Likert tersebut akan dikonversikan menjadi skala data interval, sehingga perhitungan statistika dapat digunakan untuk menganalisis data. Kemudian, adapun strategi penelitian yang dilakukan adalah strategi kuantitatif survey. Strategi tersebut dipilih sebagai upaya untuk mendapatkan banyak sudut pandang dari sampel yang diteliti. Selain itu, simpulan yang menyeluruh dari data hasil penelitian dapat ditarik oleh peneliti, hingga hal tersebut dapat mempersentasikan populasi yang diteliti.

#### **3.2. Responden**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *e-commerce* Shopee terhadap tingkat konsumsi produk *fashion remaja* di kota Bandung, karenanya dalam hal ini sebanyak 270 remaja di kota

Bandung dalam rentang usia 17 hingga 21 tahun menjadi responden penelitian. Remaja kota Bandung dipilih karena, terdapat fakta bahwa remaja remaja menjadi tokoh utama dalam perilaku konsumtif (Durandt & Wibowo, 2021, hal. 2). Kemudian kota Bandung dipilih sebagai populasi pada penelitian ini karena terdapat fakta bahwa selama pandemi, minat beli masyarakat kota Bandung terhadap *e-commerce* Shopee meningkat (Ramadan, 2021, hal. 10).

Adapun beberapa kriteria dari responden yang digunakan dalam kegiatan penelitian ini adalah :

1. Remaja berusia 17 s.d 21 tahun
2. Berdomisili di kota Bandung
3. Pernah atau sering menggunakan *e-commerce* Shopee

### **3.3. Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1. Populasi**

Adapun populasi dari penelitian ini adalah remaja di kota Bandung dengan rentang umur 15-24 tahun, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan dengan total jumlah 465.342. hal tersebut berdasarkan data penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin tahun 2020, yang dapat diakses pada *website* <https://bandungkota.bps.go.id>.

#### **3.3.2. Sampel**

Untuk memperoleh hasil yang mampu menjadi wakil dari parameter keseluruhan populasi, metode penarikan sampel *probability sampling* digunakan oleh peneliti. Hal itu karena perhitungan matematis dibutuhkan untuk menganalisis data menggunakan teori teori kemungkinan atau *probability theory*, sehingga setiap responden dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2013, hal. 73). Cara penarikan sampel ini sejalan dengan tujuan untuk mendapatkan hasil menyeluruh dalam penelitian mengenai pengaruh *e-commerce* terhadap tingkat konsumsi produk *fashion remaja* di kota Bandung. Selanjutnya, adapun teknik penarikan sampel yang

digunakan adalah simple random sampling. Hal itu karena teknik tersebut dirasa singkat dan tepat untuk. Pada pelaksanaannya, tetap dilakukan perhitungan matematis agar memperoleh data yang dapat mewakili populasi. Berdasarkan uraian tersebut, total jumlah remaja dalam rentang umur 15-24 tahun adalah 465.342. Untuk menentukan sampel penelitian, peneliti akan melakukan perhitungan dengan rumus Issac & Michael, adapun estimasi kesalahannya sebesar 10%. Rumus tersebut dapat dilihat pada persamaan 3.1.

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

**Keterangan :**

s = Jumlah sampel

$\lambda^2$  = Chi Kuadrat yang harganya tergantung derajat kebebasan dan tingkat kesalahan.

D = Perbedaan antara rata-rata populasi dengan rata-rata sampel yang diharapkan, yang digunakan adalah sebesar 5%

N = Jumlah Populasi

P = Peluang benar (0.5)

Q = Peluang salah (0.5)

Berdasarkan rumus tersebut di atas, maka untuk menentukan jumlah minimal responden dilakukan perhitungan sebagai berikut.

$$s = \frac{2.706 \cdot 465.342 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2(465.342 - 1) + 2.706 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$s = \frac{314.803,863}{314.803,863} = 270.443,374$$

Melihat hasil hitung tersebut di atas, maka jumlah minimal sampel yang diperlukan adalah sebanyak 270 responden.

### 3.4. Instrumen Penelitian

Setelah mengumpulkan data menggunakan metode kuantitatif, peneliti akan melakukan uji hipotesis pada penelitian mengenai pengaruh

*e-commerce* Shopee terhadap tingkat konsumsi produk *fashion remaja* di kota Bandung. Melihat hal tersebut, dapat diketahui bahwa, terdapat dua variabel yang akan diujikan yaitu, *e-commerce* Shopee sebagai variabel X dan tingkat konsumsi produk *fashion remaja* Bandung sebagai variabel Y.

#### 3.4.1. Instrumen Variabel *E-commerce*

Adapun sub-variabel dari variabel *e-commerce* Shopee dalam penelitian ini meliputi :

- a. Kepercayaan Konsumen (Zulfa & Hidayati, 2018, hal. 6)
- b. Kemudahan Akses (Amalia & Saryadi, 2018, hal. 5)
- c. Diskon (Auli et al., 2021, hal. 115)
- d. Gratis Ongkos Kirim (Auli et al., 2021, hal. 115)
- e. *Cash on Delivery* (Kesumah et al., 2021, hal. 59)

Indikator-indikator tersebut mewakili variabel *e-commerce* Shopee yang kemudian disusun menjadi kisi-kisi instrumen penelitian sebagai berikut.

**Tabel 3.1**

Kisi-kisi instrumen *e-commerce*

<i>E-commerce</i>	No. Item	Jumlah Item
Kepercayaan Konsumen	1 s.d 8	8
Kemudahan Akses	9 s.d 16	8
Diskon	17 s.d 22	6
Gratis Ongkos Kirim	23 s.d 30	8
<i>Cash on Delivery</i>	31 s.d 36	6
<b>Total Item</b>		<b>36</b>

*Sumber : Olahan peneliti*

### 3.4.2. Instrumen Tingkat Konsumsi Produk *Fashion* Remaja di Kota Bandung

Adapun sub-variabel dari variabel tingkat konsumsi produk *fashion* dalam penelitian ini meliputi :

- a. Minat Beli (Ramadan, 2021, hal. 4)
- b. Keputusan Pembelian (Auli et al., 2021, hal. 115)
- c. Pembelian Impulsif (Ika et al., 2020, hal. 83)
- d. Perilaku Konsumtif (Wahyuni et al., 2019, hal. 549–550)

Indikator-indikator tersebut mewakili variabel tingkat konsumsi produk *fashion* yang kemudian disusun menjadi kisi-kisi instrumen penelitian sebagai berikut.

**Tabel 3.2**

Kisi-kisi instrumen tingkat konsumsi produk *fashion*

Tingkat Konsumsi Produk <i>Fashion</i>	No. Item	Jumlah Item
Minat Beli	1 s.d 10	10
Keputusan Pembelian	11 s.d 16	6
Pembelian Implusif	17 s.d 30	14
Perilaku Konsumtif	31 s.d 44	14
<b>Total Item</b>		<b>44</b>

*Sumber : Olahan peneliti*

### 3.4.3. Pengisian dan *Scoring* Instrumen

Instrumen variabel *e-commerce* Shopee dalam kuesioner berbentuk skala Likert dengan rentang jawaban “sangat tidak setuju”, “Tidak Setuju”, “Setuju”, dan “Sangat Setuju”. Adapun alasan peneliti hanya menggunakan 4 jawaban dalam kuesioner adalah untuk menghindari resiko jawaban ragu-ragu atau netral sehingga menghasilkan jawaban samar. Adapun skor dari pilihan jawaban tersebut sebagai berikut.

**Tabel 3.3***Scoring instrumen*

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Setuju	3
Sangat setuju	4

*Sumber : Olahan peneliti***3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas****3.6.1. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan menggunakan correlation pearson product moment melalui SPSS 26 for windows. Instrumen dikatakan valid jika nilai signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,312 dan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Adapun hasil uji validitas dari variabel *e-commerce* Shopee (X) adalah sebagai berikut.

**Tabel 3.4***Hasil uji validitas variabel e-commerce*

Indikator	No. Soal	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Kepercayaan Konsumen	1	0.400	0.312	Valid
	2	0.566	0.312	Valid
	3	0.320	0.312	Valid
	4	0.459	0.312	Valid
	5	0.199	0.312	Tidak valid
	6	0.442	0.312	Valid
	7	0.135	0.312	Tidak valid
	8	0.473	0.312	Valid
Kemudahan Akses	9	0.299	0.312	Tidak valid
	10	0.454	0.312	Valid
	11	0.380	0.312	Valid
	12	0.465	0.312	Valid
	13	0.173	0.312	Tidak valid
	14	0.455	0.312	Valid
	15	0.224	0.312	Tidak valid
	16	0.327	0.312	Valid
Diskon	17	0.552	0.312	Valid
	18	0.734	0.312	Valid
	19	0.453	0.312	Valid
	20	0.813	0.312	Valid

Indikator	No. Soal	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
	21	0.432	0.312	Valid
	22	0.735	0.312	Valid
Gratis Ongkos Kirim	23	0.557	0.312	Valid
	24	0.799	0.312	Valid
	25	0.560	0.312	Valid
	26	0.731	0.312	Valid
	27	0.530	0.312	Valid
	28	0.786	0.312	Valid
	29	0.570	0.312	Valid
	30	0.528	0.312	Valid
Cash on Delivery	31	0.289	0.312	Tidak valid
	32	0.515	0.312	Valid
	33	0.152	0.312	Tidak valid
	34	0.472	0.312	Valid
	35	0.383	0.312	Valid
	36	0.516	0.312	Valid

Sumber : Olahan peneliti

Dari tabel tersebut kita dapat melihat dari total 36 item pernyataan mengenai *e-commerce* Shopee, sebanyak 29 item valid dan 7 item tidak valid. Karenanya, peneliti menggunakan 29 item pernyataan dari variabel *e-commerce* Shopee (X) sebagai item yang sah. Perhitungan yang sama dilakukan pada variabel tingkat konsumsi produk *fashion* (Y), dengan hasil sebagai berikut.

**Tabel 3.5**

Hasil uji validitas variabel tingkat konsumsi produk *fashion*

Indikator	No. Soal	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Minat Beli	1	0.421	0.312	Valid
	2	0.235	0.312	Tidak valid
	3	0.153	0.312	Tidak valid
	4	0.580	0.312	Valid
	5	0.720	0.312	Valid
	6	0.459	0.312	Valid
	7	0.619	0.312	Valid
	8	0.326	0.312	Valid
	9	0.558	0.312	Valid
	10	0.489	0.312	Valid
Keputusan Pembelian	11	0.461	0.312	Valid
	12	0.531	0.312	Valid
	13	0.448	0.312	Valid

Indikator	No. Soal	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
	14	0.553	0.312	Valid
	15	0.488	0.312	Valid
	16	0.571	0.312	Valid
Pembelian Impulsif	17	0.579	0.312	Valid
	18	0.613	0.312	Valid
	19	0.618	0.312	Valid
	20	0.661	0.312	Valid
	21	0.618	0.312	Valid
	22	0.649	0.312	Valid
	23	0.657	0.312	Valid
	24	0.582	0.312	Valid
	25	0.594	0.312	Valid
	26	0.626	0.312	Valid
	27	0.505	0.312	Valid
	28	0.472	0.312	Valid
	29	0.322	0.312	Valid
	30	0.559	0.312	Valid
Pembelian Konsumtif	31	0.277	0.312	Tidak valid
	32	0.349	0.312	Valid
	33	0.393	0.312	Valid
	34	0.400	0.312	Valid
	35	0.627	0.312	Valid
	36	0.330	0.312	Valid
	37	0.567	0.312	Valid
	38	0.420	0.312	Valid
	39	0.371	0.312	Valid
	40	0.530	0.312	Valid
	41	0.513	0.312	Valid
	42	0.579	0.312	Valid
	43	0.379	0.312	Valid
	44	0.137	0.312	Tidak valid

Sumber : Olahan peneliti

Tabel tersebut menunjukkan dari total 44 item pernyataan mengenai tingkat konsumsi produk *fashion*, sebanyak 40 item valid dan 4 item pernyataan tidak valid. Karenanya, peneliti menggunakan 40 item pernyataan dari variabel tingkat konsumsi produk *fashion* (Y) sebagai item yang sah.



### 3.6.2. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya kuesioner, maka dilakukan uji reliabilitas. Cronbach's Alpha digunakan sebagai alat ukur dengan bantuan program SPSS 26 for windows. Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar daripada nilai *rtabel*, yaitu 0,312. Adapun hasil uji reliabilitas untuk variabel *e-commerce* (X) dan variabel tingkat konsumsi produk *fashion* (Y) dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 3.6**

Uji reliabilitas variabel *e-commerce*

Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Keterangan
0.916	29	Reliabel

*Sumber : Olahan peneliti*

Melihat perhitungan dalam tabel di atas, dapat dilihat bahwa sebanyak 29 item pernyataan dari variabel *e-commerce* Shopee (X) dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai *rtabel*.

**Tabel 3.7**

Uji reliabilitas variabel tingkat konsumsi produk *fashion*

Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Keterangan
0.923	40	Reliabel

*Sumber : Olahan peneliti*

Melihat perhitungan dalam tabel di atas, dapat dilihat bahwa sebanyak 40 item pernyataan dari variabel tingkat konsumsi produk *fashion* (Y) dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai *rtabel*.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa angket penelitian dalam penelitian ini konsisten dan dapat dijadikan instrumen penelitian yang sah.

### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.6.1. Studi Literatur**

Untuk mendapatkan data lain yang berkaitan dengan penelitian, peneliti menambah sumber data penelitian dengan menggunakan studi literatur jurnal ilmiah. Hal itu dilakukan untuk memperkaya sumber penelitian dan mendambah informasi yang dapat mendukung penelitian.

#### **3.6.2. Kuesioner**

Dalam penelitian ini kuesioner digunakan sebagai media untuk mengumpulkan data. Adapun kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup. Hal itu dilakukan agar, responden dapat lebih jujur dan terbuka dalam memberikan tanggapan, karena identitas responden akan menjadi rahasia penelitian, dalam arti dilindungi. Kuesioner dirasa tepat untuk digunakan, karena penelitian ini berskala besar dengan banyaknya butir item pernyataan dalam angket.

### **3.7. Teknik Analisis Data dan Pengujian Asumsi**

Pada tahap ini, data yang telah diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis data kuantitatif dengan bantuan SPSS 26 for windows dengan tahapantahapan sebagai berikut.

#### **3.7.1. Uji Normalitas**

Pada penelitian dua variabel (*bivariate*), sebagai syarat untuk menilai sebaran data pada suatu kelompok atau variabel, dibutuhkan uji normalitas. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Untuk itu, dalam teknik analisis data pada tahap awal, peneliti akan melakukan uji normalitas.

#### **3.7.2. Uji Linearitas**

Pada tahap selanjutnya, untuk mengetahui apakah kedua variabel mempunyai hubungan linear atau tidak secara signifikan, maka dilakukan uji linearitas. Hal ini merupakan prasyarat untuk menuju uji regresi linear atau analisis korelasi.

### 3.7.3. Uji Regresi Linear sederhana

Uji regresi linear sederhana dilakukan untuk menguji sejauh mana hubungan sebab-akibat variabel *e-commerce shopee* terhadap tingkan konsumsi produk *fashion* remaja.

### 3.7.4. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui hipotesis penelitian diterima atau ditolak, maka dilakukan uji hipotesis sebagai berikut :

- a.  $H_0$  : *E-commerce* Shopee tidak memiliki hubungan dengan tingkat konsumsi produk *fashion remaja* di kota Bandung.
- b.  $H_1$  : *E-commerce* Shopee memiliki hubungan dengan tingkat konsumsi produk *fashion remaja* di kota Bandung.

Uji hipotesis dihitung menggunakan signifikasi korelasi dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Taraf signifikan 5%. Besaran taraf signifikasi dipilih berdasarkan ukuran baku batas toleransi kesalahan dalam penelitian ilmu sosial. Selain itu, besarnya taraf signifikasi ditentukan peneliti berdasarkan besarnya populasi penelitian.
- b. Apabila  $P_{\text{value}} > 0.05$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
- c. Apabila  $P_{\text{value}} < 0.05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

### 3.7.4. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis Koefisien Determinasi dilakukan untuk melihat besaran prediksi atau konstribusi penaruh yang diberikan oleh variabel *e-commerce shopee* (penyebab) terhadap variabel tingkan konsumsi produk *fashion remaja* (akibat).