

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif. Penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui korelasi atau kausalitas antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini metode asosiatif dijelaskan untuk menjelaskan Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital dan Strategi Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa STIAMAK Barunawati Surabaya Dengan Kualitas Layanan Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus *E-Commerce: Shopee*).

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif yang dimana akan dilakukan untuk mengumpulkan data angka tentang sebuah fenomena yang diamati dan diolah menjadi data yang berupa angka. Penelitian kuantitatif dianggap sebagai penelitian murni yang dapat dijelaskan dengan angka-angka pasti (I Made Dwi Mertha Adnyana, 2021). Peneliti akan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data melalui pernyataan tertulis yang harus dijawab oleh responden untuk memperoleh data yang akurat.

3.2 Populasi dan Sample

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah yang terdiri atas subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIAMAK Barunawati Surabaya yang pernah melakukan pembelian menggunakan *e-commerce* shopee. Berdasarkan data dari PDDikti jumlah mahasiswa STIAMAK ada 454 mahasiswa.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling. Purposive Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara menentukan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian dan permasalahan penelitian yang ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2018). Sample yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah para mahasiswa STIAMAK Barunawati Surabaya dan kriteria populasi penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

1. Merupakan mahasiswa aktif STIAMAK Barunawati Surabaya.
2. Pernah melakukan pembelian menggunakan *e-commerce* shopee.
3. Merupakan mahasiswa STIAMAK dengan umur 18-28 tahun.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan sample adalah slovin formula. Rumus Slovin menurut Sugiyono adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Di mana:

n adalah jumlah sampel

N adalah jumlah populasi (454 mahasiswa)

e adalah persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir. (10%)

Berdasarkan rumus tersebut maka dapat diketahui jumlah sample ada 82 mahasiswa.

3.3 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah deskripsi yang jelas tentang setiap variabel dalam penelitian dan dijabarkan menjadi indikator-indikator yang terkait (Jason Putra Pratama & Soedarmanto, 2023). Dalam penepitian ini terdapat tiga jenis variabel, yaitu variabel independent, variabel dependen, dan variabel moderator.

1. Variabel Independen

Merupakan variabel independen yang juga dikenal sebagai variabel stimulus, prediktor. Variabel bebas adalah faktor yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan atau munculnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah teknologi digital dan strategi pemasaran online (Sugiyono, 2018).

Tabel 3. 1 Variabel Independen

Variabel Penelitian	Definsi	Indikator
Teknologi Digital (X1)	Teknologi digital adalah salah satu perkembangan dan kemudahan yang ditawarkan serta menyebabkan perubahan besar-besaran di dunia. Dimulai dari akses informasi yang mudah dan cepat melalui banyak cara (Musnaini et al., 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan Media Digital 2. Digital Payment 3. Desain dan Kehandalan Website 4. Pemasaran Digital 5. Kualitas Produk dan Layanan 6. Kepuasan Konsumen (Dewi et al., 2020)
Strategi Pemasaran Online (X2)	Strategi pemasaran online adalah pemanfaatan teknologi internet melalui penggunaan media daring. Melakukan pemasaran melalui berbagai jaringan online, termasuk media sosial,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Relevansi 2. Informasi 3. Konten 4. Konteks 5. Nilai (Abdjul et al., 2022)

Variabel Penelitian	Definsi	Indikator
	dapat menjadi cara efektif untuk mencapai tujuan dalam mengembangkan produk, berinovasi, menetapkan harga, dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan (Bagaskara & Anasrulloh, 2023).	

2. Variabel Dependen

Juga dikenal sebagai variabel hasil, kriteria, dan konsekuensi. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi hasil adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Sugiyono, 2018).

Tabel 3. 2 Variabel Dependen

Variabel Penelitian	Definsi	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian dapat diartikan sebagai proses pemilihan antara berbagai alternatif yang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Pilihan Penyaluran 4. Waktu Pembelian

	<p>ada untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Konsumen akan mempertimbangan berbagai faktor untuk memilih sebuah keputusan pembelian (Yani Aguspriyani et al., 2023).</p>	<p>5. Jumlah Pembelian 6. Metode Pembayaran (Kotler & Keller, 2016)</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------

3. Variabel Moderator

Variabel moderator dalam penelitian adalah variabel yang dapat mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Variabel moderator dapat mempengaruhi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara langsung. Variabel moderator ini mempunyai peran penting dalam menentukan bagaimana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat (Sugiyono, 2018).

Tabel 3. 3 Variabel Moderator

Variabel Penelitian	Definsi	Indikator
Kualitas Layanan (Z)	Kualitas layanan adalah dasar dari pemasaran, karena tujuan utama dari	<p>1. Kemudahan Penggunaan</p> <p>2. Penampilan</p>

	<p>produk yang dipasarkan adalah kualitas yang diinginkan oleh pelanggan. Layanan yang baik akan memberikan peluang bagi perusahaan untuk bersaing dalam mendapatkan pelanggan.</p> <p>(Rewah, 2016)</p>	<p>3. Keterkaitan 4. Struktur dan Tata Letak 5. Konten 6. Keandalan 7. Efektivitas 8. Dukungan 9. Komunikasi 10. Keamanan 11. Intensif</p> <p>(Santos, 2003)</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam memperoleh informasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian, dari tahap pengumpulan data hingga prosedur penggunaan data, penelitian ini mengadopsi langkah-langkah berikut:

1. Kuisisioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, selain itu kuisisioner juga merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tau dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan

atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet (Sugiyono, 2018).

2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Penelitian observasi digunakan apabila penelitian berhubungan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2018).

3. Studi Pustaka

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian secara teori melalui referensi-referensi terkait dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Penelitian kepustakaan ini tidak terlepas dari literatur-literatur ilmiah (Sugiyono, 2018).

3.5 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Jenis data ini didapatkan melalui wawancara langsung dengan responden atau melalui pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti. Data primer memiliki kekhususan dalam konteks pengumpulan informasi dari subjek penelitian secara langsung (Jason Putra Pratama & Soedarmanto, 2023).

2. Data Sekunder

Data ini berbeda dengan data primer yang diperoleh secara langsung, namun merupakan hasil pengumpulan data secara tidak langsung yang diperoleh melalui informasi yang tersedia di lapangan. Salah satu contohnya adalah data yang diperoleh dari dokumen, seperti buku yang memiliki keterkaitan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Data yang digunakan dalam studi ini khususnya terkait dengan dokumen yang berhubungan dengan keputusan pembelian (Jason Putra Pratama & Soedarmanto, 2023).

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2018).

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan perangkat lunak smartPLS. PLS (Partial Least Square – Structural Equation Modeling) dapat menjelaskan hubungan antar variabel serta melakukan analisis-*analisis* dalam sekali pengujian. Tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk mengkonfirmasi teori dan menjelaskan adanya atau tidaknya hubungan antara variabel laten.

3.6.1 Skala Likert

Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, serta persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, lalu dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun berbagai instrumen. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala Likert memiliki gradasi dari sangat positif hingga sangat negative (Sugiyono, 2018).

Alternatif jawaban:

No	Kategori	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6.2 Analisis Outer Model

Analisa outer model dilakukan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel) (Husein, 2015). Ada beberapa perhitungan dalam analisa ini:

1. Convergent validity adalah nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan $> 0,7$.

2. Discriminant validity adalah nilai crossloading faktor yang berguna apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai. Caranya dengan membandingkan nilai konstruk yang dituju harus lebih besar dengan nilai konstruk yang lain.
3. Composite reliability adalah pengukuran apabila nilai reliabilitas $> 0,7$ maka nilai konstruk tersebut mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi.
4. Average Variance Extracted (AVE) adalah rata-rata varian yang setidaknya sebesar 0,5.
5. Cronbach alpha adalah perhitungan untuk membuktikan hasil composite reliability dimana besaran minimalnya adalah 0,6.

3.6.3 Analisis Inner Model

Menurut Santosa pada tahun 2021, model struktural (inner) adalah sebuah metode evaluasi yang digunakan untuk mengidentifikasi serta mengukur hubungan antara satu konstruk dengan konstruk lainnya. Dengan kata lain, model inner berfungsi untuk menguji pengaruh antara faktor laten satu terhadap faktor laten lainnya, dengan tujuan untuk menetapkan apakah pengaruh tersebut bersifat positif atau negatif. Evaluasi terhadap model inner melibatkan pertimbangan terhadap berbagai indikator yang terdapat dalam model tersebut.:

1. R Square (R²): Digunakan untuk memprediksi kekuatan model. Nilai R Square yang lebih besar menunjukkan bahwa model memprediksi variansi

variabel laten dengan baik. Kriteria nilai R Square: ≥ 0.70 : kuat, ≤ 0.45 : moderat, ≤ 0.25 : lemah.

2. *Path Coeficiente*: Dalam konteks pengujian hipotesis, penilaian dilakukan dengan mempertimbangkan nilai t-statistik dan taraf signifikansi P-value. Ketika P-value $< 0,05$, hasil pengujian dianggap signifikan, dengan nilai t-statistik yang digunakan untuk tingkat kepercayaan 95% adalah 1,96.