

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif kausal dengan pendekatan deskriptif asosiatif. Penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui ada dan tidaknya pengaruh atau hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dan apabila ada seberapa eratnya pengaruh atau hubungan serta berarti atau tidaknya pengaruh atau hubungan itu.

3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3) dan faktor psikologis (X4) sebagai variabel bebas (Independen), sedangkan keputusan pembelian (Y) merupakan variabel terikat (Dependen).

3.2.2 Unit Analisis

Unit analisis pada penelitian ini berupa individual yaitu sumber data yang diperoleh dari respon setiap individu. Individu yang dimaksud adalah masyarakat Kota Bogor sebagai pelanggan ShopeeFood.

3.2.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kota Bogor, Jawa Barat, Indonesia.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.3.1 Jenis Data Penelitian

Jenis data yang diteliti adalah data kuantitatif dan kualitatif. Jenis data kuantitatif adalah data mengenai jumlah, tingkatan, perbandingan, volume, yang berupa angka-angka. Sedangkan jenis data kualitatif ini untuk mengumpulkan data dan menguraikan secara menyeluruh dan teliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

3.3.2 Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder, yaitu:

1. Data Primer

Data yang diperoleh peneliti langsung dari unit analisis yang diteliti dengan cara wawancara atau penyebaran kuesioner yang disebarkan kepada sejumlah responden yang sesuai dengan target sasaran dari penelitian ini yaitu masyarakat Kota Bogor sebagai pelanggan ShopeeFood.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh secara langsung atau melalui media perantara seperti *website*, buku, jurnal dan penelitian terdahulu.

3.4 Operasional Variabel

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Faktor Budaya (X1)	Budaya	1. Kebiasaan konsumen membeli produk pada ShopeeFood 2. Menggunakan ShopeeFood karena sudah melekat pada diri	Ordinal
	Sub-Budaya	1. Membeli produk pada ShopeeFood karena kelompok sekitar 2. Tempat tinggal mempengaruhi pemakaian ShopeeFood	
	Kelas Sosial	1. Semakin tinggi jabatan, semakin besar keinginan menggunakan ShopeeFood 2. Posisi kelas sosial mempengaruhi keputusan pembelian pada ShopeeFood	
Faktor Sosial (X2)	Kelompok Referensi	1. Pertemanan atau lingkungan kerja menjadi referensi pembelian pada ShopeeFood 2. Menggunakan ShopeeFood karena pengaruh iklan atau referensi sosial media	Ordinal
	Keluarga	1. Menggunakan ShopeeFood karena pengaruh keluarga menyukainya 2. Keluarga mempengaruhi dalam keputusan pembelian pada ShopeeFood	
	Peran Sosial dan Status	1. Menggunakan ShopeeFood dapat meningkatkan status sosial 2. Posisi diri dalam lingkungan sosial sebagai acuan membeli produk pada ShopeeFood	
Faktor Pribadi (X3)	Usia dan Tahap Siklus Hidup	1. Usia pelanggan dalam membeli produk pada ShopeeFood 2. Menggunakan ShopeeFood karena menyesuaikan dengan masa pertumbuhan	Ordinal
	Pekerjaan dan Keadaan Ekonomi	1. Jenis pekerjaan menjadi acuan pembelian pada ShopeeFood 2. Menggunakan ShopeeFood karena keadaan ekonomi	

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
	Kepribadian dan Konsep Diri	1. Menggunakan ShopeeFood karena memakainya sejak lama 2. Pandangan diri terhadap produk pada ShopeeFood	
	Gaya Hidup dan Nilai	1. Menggunakan ShopeeFood karena mengikuti gaya hidup zaman sekarang 2. Membeli produk pada ShopeeFood yang sesuai dengan gaya hidup	
Faktor Psikologis (X4)	Motivasi	1. Menggunakan ShopeeFood karena memenuhi rasa gengsi 2. Menggunakan ShopeeFood karena menumbuhkan rasa motivasi	Ordinal
	Kepercayaan dan Sikap	1. Percaya akan kualitas produk pada ShopeeFood 2. Sikap puas menggunakan ShopeeFood	
	Persepsi	1. Menggunakan ShopeeFood karena produk yang tersedia beragam 2. Kualitas ShopeeFood lebih baik dari fitur jasa antar makanan <i>online</i> yang lain	
	Pembelajaran	1. Pengalaman menjadi acuan pembelian pada ShopeeFood 2. Pengetahuan menjadi acuan pembelian pada ShopeeFood	
Keputusan Pembelian (Y)	Pilihan Produk	1. Kemantapan produk pada ShopeeFood 2. Menggunakan ShopeeFood karena manfaat	Ordinal
	Pilihan Merek	1. Menggunakan ShopeeFood karena tertarik dengan berbagai merek produk yang tersedia 2. Menggunakan ShopeeFood karena keputusan pembelian pada merek tertentu	
	Pilihan Penyalur	1. Kemudahan dalam mendapatkan produk yang diinginkan pada ShopeeFood 2. Ketersediaan produk dalam menggunakan ShopeeFood	
	Jumlah Pembelian	1. Menggunakan ShopeeFood karena dapat menentukan jumlah pembelian	

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
		2. Menggunakan ShopeeFood untuk persediaan mendatang	
	Waktu Pembelian	1. Waktu menentukan dalam menggunakan ShopeeFood 2. Menggunakan ShopeeFood dapat menghemat waktu	
	Metode Pembayaran	1. Menggunakan ShopeeFood karena pembayaran yang mudah 2. Menggunakan ShopeeFood karena metode pembayaran yang beragam	

3.5 Metode Penarikan Sampel

Penarikan sampel bertujuan untuk menentukan batasan bagi populasi yang ingin diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk masyarakat Kota Bogor Pada Tahun 2021 sebanyak 1.052.359 orang. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil, peneliti menggunakan rumus *slovin* sebagai berikut:

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

Keterangan:

- n = Jumlah Sampel
 N = Jumlah Populasi
 e² = Error/nilai kritis/batas ketelitian yang diinginkan, atau % tingkat kesalahan/error yang masih dapat ditolerir (1%, 5%, 10%)
 Peneliti mengambil tingkat error 10% atau 0,1.

$$n = \frac{1.052.359}{1 + 1.052.359(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.052.359}{10.524,5}$$

$$n = 99,99$$

n = 99,99 dibulatkan menjadi 100 responden.

Kriteria masyarakat Kota Bogor yang dijadikan sampel data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat yang berdomisili dan tinggal di Kota Bogor.
2. Melakukan transaksi atau pembelian pada aplikasi Shopee fitur ShopeeFood minimal 3 kali dalam kurun waktu satu tahun terakhir.

Tabel 3. 2 Pembagian Sampel Tiap Daerah

No	Kecamatan	Populasi	Rumus	Sampel
1	Bogor Selatan	206.217	$\frac{206.217}{1.052.359} \times 100$	20
2	Bogor Timur	105.188	$\frac{105.188}{1.052.359} \times 100$	10
3	Bogor Utara	188.240	$\frac{188.240}{1.052.359} \times 100$	18
4	Bogor Tengah	96.180	$\frac{96.180}{1.052.359} \times 100$	9
5	Bogor Barat	235.770	$\frac{235.770}{1.052.359} \times 100$	22
6	Tanah Sereal	220.764	$\frac{220.764}{1.052.359} \times 100$	21
Total		1.052.359		100

Berdasarkan teknik *non-probability sampling* menggunakan *purposive sampling* dengan memperhatikan jumlah penduduk masyarakat Kota Bogor, diperoleh sampel pengguna aplikasi Shopee fitur ShopeeFood dari Kecamatan Bogor Selatan sebanyak 20 orang, Kecamatan Bogor Timur sebanyak 10 orang, Kecamatan Bogor Utara sebanyak 18 orang, Kecamatan Bogor Tengah sebanyak 9 orang, Kecamatan Bogor Barat sebanyak 22 orang, dan Kecamatan Tanah Sereal sebanyak 21 orang.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini terbagi dua, yaitu data primer dan data sekunder, yaitu:

1. Data Primer

a) Wawancara

Metode dimana peneliti melakukan wawancara terhadap pihak yang berkaitan, yaitu masyarakat Kota Bogor sebagai responden dalam penelitian ini.

b) Kuesioner

Metode dimana peneliti menyebarkan angket atau pertanyaan ke para responden dengan tujuan untuk mendapatkan data dan informasi sebagai bahan penelitian.

Tabel 3. 3 Skala Likert

No.	Pilihan	Inisial	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Ragu-Ragu	RR	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2019)

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh secara langsung melalui *website* serta bahan pustaka lainnya seperti buku, jurnal, dan penelitian-penelitian terdahulu.

3.7 Metode Pengolahan/Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui data yang akan di pakai dalam penelitian valid atau tidak valid. Valid artinya ketepatan mengukur sebuah variabel yang akan diukur. Jika ada pertanyaan kuesioner yang tidak valid maka butir pertanyaan kuesioner tersebut dapat diganti atau dibuang. Untuk menguji reliabilitas menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{(n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2)(n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2)}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi
- $\sum xy$ = Jumlah perkalian variabel x dan y
- $\sum x$ = Jumlah nilai variabel x
- $\sum y$ = Jumlah nilai variabel y
- $\sum x^2$ = Jumlah pangkat dua nilai variabel x
- $\sum y^2$ = Jumlah pangkat dua nilai variabel y
- n = Banyaknya sampel

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Setiap pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

Tabel 3. 4 Uji Validitas Perilaku Konsumen

No.	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Faktor Budaya (X1)				
1	Saya menggunakan ShopeeFood karena sudah terbiasa	0,439	0,361	Valid
2	Saya menggunakan ShopeeFood karena sudah melekat pada diri	0,699	0,361	Valid
3	Saya menggunakan ShopeeFood karena terpengaruh lingkungan sekitar seperti pengaruh teman	0,508	0,361	Valid
4	Tempat tinggal yang saya tempati mempengaruhi saya menggunakan ShopeeFood	0,684	0,361	Valid

No.	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
5	Semakin tinggi jabatan, maka semakin besar saya menggunakan ShopeeFood	0,529	0,361	Valid
6	Saya menggunakan ShopeeFood karena dapat mencerminkan kelas sosial	0,589	0,361	Valid
Faktor Sosial (X2)				
7	Saya menggunakan ShopeeFood karena banyak rekan sosial yang menggunakannya	0,449	0,361	Valid
8	Saya menggunakan ShopeeFood karena pengaruh iklan atau referensi sosial media	0,423	0,361	Valid
9	Saya menggunakan ShopeeFood karena keluarga saya menyukainya	0,528	0,361	Valid
10	Saya menggunakan ShopeeFood karena keluarga saya menyarankan dan percaya akan ShopeeFood	0,641	0,361	Valid
11	Saya menggunakan ShopeeFood karena dapat meningkatkan status sosial	0,510	0,361	Valid
12	Saya menggunakan ShopeeFood karena sesuai dengan peran saya dalam lingkungan sosial	0,497	0,361	Valid
Faktor Pribadi (X3)				
13	Saya menggunakan ShopeeFood karena sesuai dengan usia saya	0,475	0,361	Valid
14	Saya menggunakan ShopeeFood untuk memenuhi masa pertumbuhan saya	0,660	0,361	Valid
15	Saya menggunakan ShopeeFood karena sesuai dengan pekerjaan saya	0,811	0,361	Valid
16	Saya menggunakan ShopeeFood menyesuaikan dengan keadaan ekonomi saya	0,637	0,361	Valid
17	Saya menggunakan ShopeeFood karena sudah memakainya sejak lama	0,546	0,361	Valid
18	Saya menggunakan ShopeeFood karena dapat meningkatkan kepercayaan diri saya	0,726	0,361	Valid
19	Saya menggunakan ShopeeFood karena mengikuti gaya hidup zaman sekarang	0,549	0,361	Valid
20	Saya menggunakan ShopeeFood karena sesuai dengan gaya hidup saya	0,610	0,361	Valid

No.	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Faktor Psikologis (X4)				
21	Saya menggunakan ShopeeFood karena dapat memenuhi rasa gengsi saya	0,512	0,361	Valid
22	Saya menggunakan ShopeeFood karena dapat menumbuhkan rasa motivasi saya	0,748	0,361	Valid
23	Saya menggunakan ShopeeFood karena percaya akan kualitasnya	0,387	0,361	Valid
24	Saya menggunakan ShopeeFood karena dapat menambah kepuasan tersendiri bagi saya	0,587	0,361	Valid
25	Saya menggunakan ShopeeFood karena produk yang ditawarkan beragam	0,361	0,361	Valid
26	Saya menggunakan ShopeeFood karena kualitasnya lebih baik dari fitur jasa antar makanan online aplikasi lainnya	0,430	0,361	Valid
27	Saya menggunakan ShopeeFood karena sudah berpengalaman	0,420	0,361	Valid
28	Saya menggunakan ShopeeFood karena mengetahui bahwa ShopeeFood merupakan fitur layanan jasa antar makanan online terbaik	0,365	0,361	Valid

Sumber: Output SPSS, diolah 2022

Berdasarkan tabel 3.4 uji validitas perilaku konsumen, dari 28 pernyataan yang sudah di isi oleh 30 responden, kesemua pernyataan tersebut valid karena nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu ke 28 pernyataan tersebut layak untuk disebarkan ke responden.

Tabel 3. 5 Uji Validitas Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)				
1	Saya menggunakan ShopeeFood karena sudah merasa cocok	0,857	0,361	Valid
2	Saya menggunakan ShopeeFood karena mempunyai manfaat bagi saya	0,681	0,361	Valid
3	Saya menggunakan ShopeeFood karena tertarik dengan merek produk yang beragam	0,853	0,361	Valid
4	Saya menggunakan ShopeeFood karena terdapat merek produk tertentu yang saya mau	0,769	0,361	Valid

No.	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
5	Saya menggunakan ShopeeFood karena produk yang saya mau mudah didapatkan	0,726	0,361	Valid
6	Saya menggunakan ShopeeFood karena produk yang saya cari selalu tersedia	0,794	0,361	Valid
7	Saya menggunakan ShopeeFood karena dapat menentukan jumlah pembelian yang saya inginkan	0,693	0,361	Valid
8	Saya menggunakan ShopeeFood sebagai persediaan konsumsi mendatang	0,522	0,361	Valid
9	Saya menggunakan ShopeeFood karena situasi waktu yang tidak memungkinkan seperti sedang hujan dan sibuk berkegiatan	0,438	0,361	Valid
10	Saya menggunakan ShopeeFood karena dapat menghemat waktu	0,718	0,361	Valid
11	Saya menggunakan ShopeeFood karena metode pembayarannya yang mudah	0,425	0,361	Valid
12	Saya menggunakan ShopeeFood karena metode pembayarannya yang beragam	0,542	0,361	Valid

Sumber: Output SPSS, diolah 2022

Berdasarkan tabel 3.5 uji validitas keputusan pembelian, dari 12 pernyataan yang sudah di isi oleh 30 responden, kesemua pernyataan tersebut valid karena nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu ke 12 pernyataan tersebut layak untuk disebarkan ke responden.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas (tingkat kepercayaan) data yang tinggi terjadi jika fakta yang telah dikumpulkan tidak berubah apabila diadakan pengamatan ulang. Kehandalan ini terutama berhubungan dengan kemampuan peneliti untuk mencari data (dalam bentuk kuesioner). Reliabilitas merupakan suatu istilah yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten, pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Untuk menguji reliabilitas menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum Si}{St} \right)$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

- k = Jumlah instrumen pertanyaan
 $\sum Si$ = Jumlah varian dari tiap instrumen
 St = Varian keseluruhan instrumen

Pengujian reliabilitas menggunakan *cronbach's alpha* dikatakan reliable dan berhasil mengukur dimensi variabel yang diukur jika koefisien reliabilitasnya $> 0,600$. Untuk menguji reabilitas peneliti menggunakan program SPSS.

Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas Perilaku Konsumen

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,913	28

Sumber: Output SPSS, diolah 2022

Berdasarkan tabel 3.6 uji reliabilitas perilaku konsumen menunjukkan bahwa 28 pernyataan valid memperoleh nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,913 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner variabel perilaku konsumen layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dan disebarakan ke responden karena nilai *cronbach's alpha* perilaku konsumen $> 0,600$.

Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,880	12

Sumber: Output SPSS, diolah 2022

Berdasarkan tabel 3.7 uji reliabilitas keputusan pembelian menunjukkan bahwa 12 pernyataan memperoleh nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,880 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner variabel keputusan pembelian layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dan disebarakan ke responden karena nilai *cronbach's alpha* keputusan pembelian $> 0,600$.

3.7.3 Statistik Deskriptif

Suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar fenomena yang diteliti mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian pada aplikasi Shopee fitur ShopeeFood (Studi pada masyarakat Kota Bogor). Adapun rumus yang digunakan yaitu:

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{Skor\ total\ jawaban\ responden}{Skor\ tertinggi\ responden \times jumlah\ responden} \times 100\%$$

STS	TS	KS	S	SS	
0%	20%	40%	60%	80%	100%

3.7.4 Tabulasi

Merupakan penyusunan data ke dalam bentuk tabel. Tujuannya agar data bisa mudah disusun, dijumlah , dan mempermudah penataan data untuk disajikan serta dianalisa. Proses pembuatan tabulasi bisa dilakukan dengan metode tally, menggunakan kartu, maupun menggunakan komputer.