

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah permintaan barang *fashion* pada *Marketplace Official Store* Mahasiswa/I Universitas Siliwangi dengan variabel yang mempengaruhinya yaitu, promosi, penilaian konsumen dan harga dengan menggunakan kuisioner.

3.2 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2013: 13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian. Adapun pengertian deskriptif menurut Sugiyono (2012: 29) adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, sehingga dapat diambil sebuah kesimpulan.

3.2.1 Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2019: 68). Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Sesuai judul yang dipilih peneliti yaitu “Analisis Determinasi Permintaan Barang *Fashion* melalui *Marketplace Official Store*”, maka terdapat variabel:

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Menurut Sugiyono (2007), variabel *independent* adalah variabel yang menjadi penyebab adanya atau timbulnya perubahan variabel *dependent*, disebut juga variabel yang mempengaruhi. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah promosi (X1), penilaian konsumen (X2) dan harga (X3).

2. Variabel Terikat (*Dependent*)

Menurut Sugiyono (2019: 69), variabel *dependent* sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Permintaan Barang (Y).

Berikut adalah penjelasan mengenai variabel pada penelitian ini, disajikan dalam bentuk tabel.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No. (1)	Variabel (2)	Definisi (3)	Indikator (4)	Skala (5)
1.	Permintaan Barang (Y)	Permintaan merupakan fungsi dari harga barang itu sendiri yang memiliki slope menurun kebawah, yaitu apabila harga barang itu sendiri mengalami kenaikan maka permintaan akan menurun. Dimana hukum permintaan menyatakan bahwa ketika harga suatu barang meningkat dengan ketentuan ceteris paribus (faktor lain di anggap tetap) maka jumlah permintaan barang tersebut akan menurun.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketertarikan untuk membeli 2. Praktis 3. Keputusan membeli 4. Keyakinan terhadap pembelian. 	Ordinal
2.	Promosi (X_1)	Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menarik 2. Potongan harga 3. Iklan 4. Kupon 5. <i>Cashback</i> 6. <i>Brand Ambassador</i> 	Ordinal
3.	Penilaian Konsumen (X_2)	<i>Consumer Review</i> merupakan suatu opini	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepercayaan 	Ordinal

		atau pengalaman yang diberikan oleh konsumen dari layanan yang didapatkan maupun produk dari suatu bisnis. <i>Consumer review</i> biasanya ditemukan pada situs web yang memiliki banyak pengecer, agen pemesanan dan skema perdagangan yang terpercaya serta membantu konsumen mendapatkan kebutuhannya dari produsen.	<ol style="list-style-type: none"> 2. Keterus terangan 3. Nilai konsumen 4. Gambaran produk 5. Rating tinggi 	
4.	Harga (X_3)	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaatnya karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terjangkau 2. Sesuai dengan kualitas 3. Daya saing harga 4. Ketertarikan 5. Sesuai dengan manfaat 	Ordinal

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu faktor penting keberhasilan dalam penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara untuk mengumpulkan data, darimana sumbernya dan alat ukur yang digunakan. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kuisioner. Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden.

Penyebaran kuisioner ini dilakukan secara daring atau *online* dengan menggunakan *google form* yang berisikan sejumlah pertanyaan yang dipersiapkan untuk dijawab oleh responden yaitu Mahasiswa/I Universitas Siliwangi. Pertanyaan yang diberikan kepada responden bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, penilaian konsumen dan harga terhadap permintaan barang *fashion* melalui *Marketplace Official Store*.

3.2.2.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, merupakan data yang diperoleh dari sumber secara langsung (tidak melalui perantara) berdasarkan penelitian langsung di lapangan. Dalam penelitian ini data diperoleh dari penyebaran angket atau kuisioner kepada Mahasiswa/I Universitas Siliwangi.

3.2.2.2 Populasi

Menurut Djarwanto (1994), populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti. Satuan-satuan tersebut dinamakan unit analisis, dan dapat berupa orang-orang, institusi-institusi, benda-benda. Jadi pengertian populasi dalam statistik adalah tidak terbatas pada sekelompok atau kumpulan orang-orang, namun mengacu pada seluruh hitungan, ukuran atau kualitas yang menjadi fokus perhatian suatu kajian (Harinaldi, 2005).

Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa/I Universitas Siliwangi yang seluruh populasinya sebanyak 14.088 Mahasiswa/I.

3.2.2.3 Sampel

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2008: 118), suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik *random sampling*, yaitu pengambilan sampel secara acak dengan kriteria atau syarat tertentu (Sugiyono, 2018). Kriteria sampel pada penelitian ini yaitu Mahasiswa/I aktif Universitas Siliwangi.

Penentuan jumlah responden yang akan dibagikan kuisioner dengan menggunakan rumus slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kesalahan yang diinginkan/ditolerir (sebesar 10%), dasarnya adalah kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% dengan tingkat kepercayaan 90% (Sugiyono, 2004). Alasan digunakannya *error* 10% adalah mengacu pada tingkat kesalahan maksimal yang dapat ditolerir pada penelitian ilmu sosial (Sugiyono, 2004).

Berdasarkan pada jumlah populasi maka dapat dihitung sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

$$n = \frac{14.088}{1 + 14.088 (0,1)^2} = 99,3 = 100 \text{ (digenapkan)}$$

Maka perbandingan untuk masing-masing fakultas adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Data Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel
Fakultas Agama Islam	550	4
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan	5897	42
Fakultas Ekonomi	3249	23
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	556	4
Fakultas Ilmu Kesehatan	979	7
Fakultas Pertanian	1160	8
Fakultas Teknik	1697	12
Total:	14.088	100

Sumber : sistem akademik universitas siliwangi 2021

Cara perhitungan sampel:

Fakultas Agama Islam: $550 / 14.088 = 0,039 \times 100 = 4$ orang

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan: $5.897 / 14.088 = 0,418 \times 100 = 42$ orang

Fakultas Ekonomi: $3249 / 1.238 = 0,23 \times 100 = 23$ orang

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: $556 / 14.088 = 0,0394 \times 100 = 4$ orang

Fakultas Ilmu Kesehatan: $979 / 14.088 = 0,069 \times 100 = 7$ orang

Fakultas Pertanian: $1160 / 14.088 = 0,082 \times 100 = 8$ orang

Fakultas Teknik: $1697 / 14.088 = 0,120 \times 100 = 12$ orang

3.2.2.4 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah studi dokumentasi. Metode studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang mempelajari membaca dan mengumpulkan dokumen untuk bahan analisis yang digunakan untuk memperoleh data jumlah Mahasiswa/I yang menjadi populasi dalam penelitian ini.

Metode kuesioner adalah memberikan sejumlah pertanyaan tertulis kepada responden yaitu Mahasiswa/I aktif Universitas Siliwangi. Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan jawaban tertutup dan terbuka. Dalam pertanyaan tertutup responden hanya bisa memilih satu jawaban yang sesuai dengan pendapatnya terhadap permasalahan yang diteliti seperti yang ada di bawah ini:

Tabel 3.3 Hubungan jawaban pertanyaan dengan skala likert

Jawaban Pertanyaan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.2.2.5 Pengolahan Data

Pengolahan data dalam penelitian ini dimulai dengan merekap data, selanjutnya data tersebut ditabulasi dan diubah dengan menggunakan *Method of successive Interval* (MSI), setelah itu dihitung menggunakan *Software SPSS 17 for windows*.

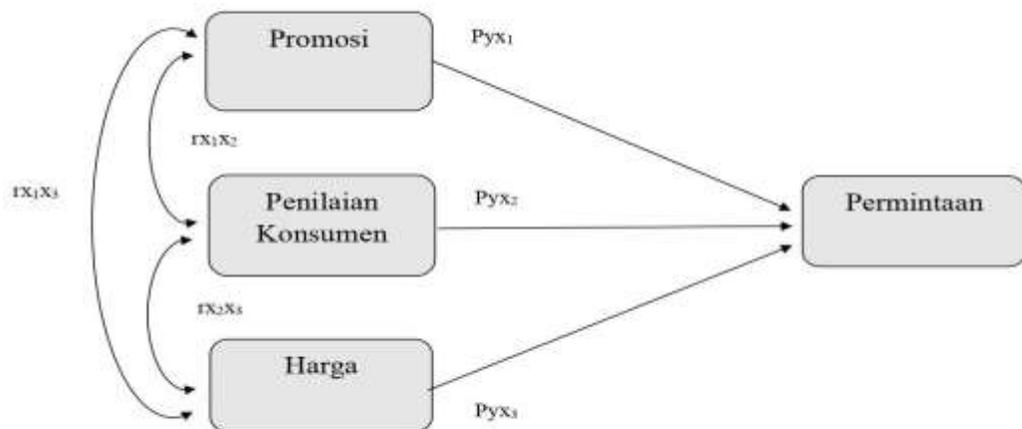
3.3 Model Penelitian

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah Model Analisis Jalur. Analisis jalur adalah suatu teknik pengembangan dari regresi linier ganda. Teknik ini digunakan untuk menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y . “Analisis jalur ialah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung”. (Robert D. Retherford 1993). Sedangkan definisi lain mengatakan: “Analisis jalur merupakan pengembangan langsung bentuk regresi berganda dengan tujuan untuk memberikan estimasi tingkat kepentingan (*magnitude*) dan signifikansi (*significance*) hubungan sebab akibat hipotetikal dalam seperangkat variabel.” (Paul Webley 1997).

Karakteristik analisis jalur merupakan metode analisis data multivariat dependensi yang digunakan untuk menguji hipotesis hubungan

asimetris yang dibangun atas dasar kajian teori tertentu, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung seperangkat variabel penyebab terhadap variabel akibat.

Struktur model dalam penelitian ini yaitu paradigma dengan 3 variabel independen yaitu promosi (X_1), penilaian konsumen (X_2), harga (X_3) dan 1 variabel dependen yaitu permintaan (Y). Adapun gambar struktur model penelitian adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Struktur Model Analisis Jalur

$$Y = p_{yx1} X_1 + p_{yx2} X_2 + p_{yx3} X_3 + \varepsilon_0$$

Keterangan:

Y = Permintaan Barang

X_1 = Promosi

X_2 = Penilaian Konsumen

X_3 = Harga

ε_0 = Pengaruh faktor lain yang tidak diteliti

$r_{X_1X_2}$ = Koefisien korelasi Variabel X_1 terhadap X_2

$r_{X_1X_3}$ = Koefisien korelasi Variabel X_1 terhadap X_3

$r_{X_2X_3}$ = Koefisien korelasi Variabel X_2 terhadap X_3

p_{YX_1} = Koefisien jalur Variabel X_1 terhadap Y

p_{YX_2} = Koefisien jalur Variabel X_2 terhadap Y

p_{YX_3} = Koefisien jalur Variabel X_3 terhadap Y

Kriteria penerimaan hipotesis sebagai berikut:

1. Jika sig penelitian $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
2. Jika sig penelitian $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.4 Uji Instrumen Penelitian

3.4.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2008), instrumen yang valid berarti bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan mencari nilai validitas dari sebuah item pertanyaan. Data dikatakan valid jika nilai korelasi hitung data tersebut

melebihi dari nilai korelasi tabelnya, yaitu jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pertanyaan atau variabel tersebut valid.

Prosedur dari uji validitas yaitu dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} yaitu angka kritik tabel korelasi pada derajat kebebasan ($df = n-5$) dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

Kriteria pengujian:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut valid
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak valid

3.4.2 Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan agar mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama (Sugiyono, 2010,354). Reliabilitas disebut juga sebagai keterpercayaan, keterandalan, konsistensi, kestabilan, dan sebagainya, namun ide pokok dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, artinya adalah sejauh mana skor hasil pengukuran terbebas dari kekeliruan pengukuran (*measurement error*).

Menurut Singarimbun dan Effendi (1995) jumlah minimal uji coba kuesioner adalah minimal 30 responden, dengan jumlah minimal 30 orang maka distribusi nilai akan lebih mendekati kurva normal. Dalam penelitian ini dilakukan uji coba kuesioner ke 30 responden,

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reabilitas adalah sebagai berikut:

Jika *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka pernyataan *reliabel*

Jika *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka pernyataan tidak *reliable*

3.4.3 Uji *Method of Successive Interval* (MSI)

Analisis *Method of Successive Interval* (MSI) digunakan untuk mengubah data yang berskala ordinal menjadi skala interval. *Method of Successive Interval* (MSI) menurut Sugiyono (2013: 25), Langkah-langkah dilakukan dalam MSI sebagai berikut:

1. Perhatikan setiap butir jawaban responden dari angket yang disebar
2. Pada setiap butir ditentukan beberapa orang yang mendapatkan skor 1,2,3,4,5 dan dinyatakan dalam frekuensi
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi
4. Tentukan nilai proporsi kumulatif dengan jalan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan perkolom skor
5. Gunakan tabel distribusi normal, dihitung nilai *Z* untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh
6. Tentukan nilai tinggi densitas untuk setiap *Z* yang diperoleh (dengan menggunakan tabel densitas)
7. Tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus:

$$Scale = \frac{\text{kepadatan batas bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{daerah di bawah batas atas} - \text{daerah di bawah batas atas}}$$

8. Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumus persamaan sebagai berikut:

$$Score = scale\ value + |scale\ value_{min}| + 1$$

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Metode Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Jalur. Analisis jalur adalah keterkaitan hubungan pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat dimana peneliti mendefinisikan secara jelas bahwa suatu variabel akan menjadi penyebab variabel lainnya yang biasanya disajikan dalam bentuk diagram. Di dalam diagram tersebut ada gambar panah yang menunjukkan arah pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Analisis dikembangkan untuk mempelajari pengaruh langsung maupun tidak langsung dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Noor, 2015).

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian persyaratan analisis digunakan sebagai persyaratan dalam penggunaan model analisis regresi linier berganda. Suatu model regresi harus dipenuhi syarat-syarat bahwa data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinieritas dan heterokedastisitas. Jika tidak ditemukan permasalahan

maka dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan analisis regresi. Dalam regresi linier, untuk memastikan agar model tersebut BLUE (Best Linier Unbiased Estimator) dilakukan pengujian sebagai berikut :

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen, variabel dependen, dan keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui apakah model regresi berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dua cara, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Adapun dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1.) Jika nilai Probabilitas Jurque Bera (JB) $< 0,05$ maka residualnya berdistribusi tidak normal.
- 2.) Jika nilai Probabilitas Jurque Bera (JB) > 0.05 maka residualnya berdistribusi normal.

3.5.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini digunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan (hipotesis) dari pernyataan asumsi yang telah dibuat. Uji hipotesis terdiri dari uji parsial (uji t), uji simultan (uji F-hitung), dan koefisien determinasi.

3.5.3.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen promosi, penilaian konsumen dan harga secara parsial terhadap variabel dependen permintaan barang. Langkah-langkah untuk melakukan uji t sebagai berikut:

- 1.) $H_0 : \beta_i \leq 0$ dimana $i = 1, 2, 3, 4$, artinya variabel bebas promosi, penilaian konsumen dan harga tidak berpengaruh positif terhadap variabel terikat permintaan barang *fashion* melalui *Marketplace Official Store* terhadap Mahasiswa/I Universitas Siliwangi.
- 2.) $H_1 : \beta_i > 0$ dimana $i = 1, 2, 3, 4$, artinya promosi, penilaian konsumen dan harga berpengaruh positif terhadap permintaan barang *fashion* melalui *Marketplace Official Store* terhadap Mahasiswa/I Universitas Siliwangi.

Dengan demikian keputusan yang diambil adalah sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan derajat keyakinan 95% (probability $< 0,05$), maka H_0 ditolak, artinya promosi, penilaian konsumen dan harga berpengaruh positif terhadap permintaan barang *fashion* melalui *Marketplace Official Store* Mahasiswa/I Universitas Siliwangi.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan derajat keyakinan 95% (probability $> 0,05$), maka H_0 tidak ditolak, artinya promosi, penilaian konsumen dan harga tidak berpengaruh positif terhadap permintaan barang *fashion*

melalui *Marketplace Official Store* Mahasiswa/I Universitas Siliwangi.

3.5.3.2 Uji Signifikan Bersama-sama (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui hal tersebut dapat dilihat dari besarnya nilai probabilitas signifikansi. Jika nilai probabilitas signifikansi kurang dari lima persen maka variabel independen akan berpengaruh secara signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Hipotesis dalam uji F ini adalah jika:

a. $H_0 : \beta = 0$

Secara bersama-sama promosi, penilaian konsumen dan harga tidak berpengaruh terhadap permintaan barang *fashion* melalui *Marketplace Official Store* Mahasiswa/I Universitas Siliwangi.

b. $H_1 : \beta > 0$

Secara bersama-sama promosi, penilaian konsumen dan harga berpengaruh terhadap permintaan barang *fashion* melalui *Marketplace Official Store* Mahasiswa/I Universitas Siliwangi.

Dengan demikian keputusan yang diambil adalah:

- a. H_0 tidak ditolak jika nilai $F_{\text{statistik}} < F_{\text{tabel}}$, artinya promosi, penilaian konsumen dan harga tidak berpengaruh positif

terhadap permintaan barang *fashion* melalui *Marketplace Official Store* Mahasiswa/I Universitas Siliwangi.

- b. H_0 ditolak jika nilai $F_{\text{statistik}} > F_{\text{tabel}}$, artinya promosi, penilaian konsumen dan harga berpengaruh positif terhadap permintaan barang *fashion* melalui *Marketplace Official Store* Mahasiswa/I Universitas Siliwangi.

3.5.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2016), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi dinyatakan dalam persentase. Nilai R^2 ini berkisar $0 \leq R^2 \leq 1$. Menurut Gujarati (2015), nilai R^2 digunakan untuk mengukur proporsi (bagian) total variasi dalam variabel tergantung yang dijelaskan dalam regresi atau untuk melihat seberapa baik variabel bebas mampu menerangkan variabel terikat. Adapun kriteria R^2 sebagai berikut:

- Apabila $R^2 = 0$, artinya variasi dari variabel terikat tidak dapat diterangkan oleh variabel bebas.
- Apabila $R^2 = 1$, artinya variasi dari variabel terikat dapat diterangkan 100% oleh variabel bebas.

Dengan demikian model regresi akan ditentukan oleh R^2 yang nilainya antara nol dan satu.