

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Studi ini mempergunakan metode Kuantitatif, pengamatan kuantitatif mempelajari populasi atau sampel tertentu dengan memakai kerangka positivis. Sarana pengujian digunakan dalam mengumpulkan data, dan hipotesis diuji dengan analisis data statistik. Penelitian ini bersifat eksplanatori, yang berarti bahwa itu menjelaskan posisi variabel dan hubungannya satu sama lain (Sugiyono, 2019).

Sumber data pada studi ini memakai data primer dan data sekunder. Data primer didapat melewati pengedaran kuesioner kepada narasumber yang telah mengisi kuesioner tersebut. Untuk data sekunder bersumber dari artikel, jurnal dan penelitian terdahulu. Teknik sampling studi ini memakai *non-probability sampling* yakni *accidental sampling*. Skala likert digunakan pada studi ini menggunakan SPSS versi 25 sebagai alat analisis.

3.2 Subyek dan Lokasi Penelitian

Subyek dari studi ini yakni para pengguna aplikasi *marketplace* Shopee yang pernah menggunakan fitur *Flash Sale* dan *Paylater*. Sedangkan lokasi penelitian ini di wilayah Jombang yang menggunakan aplikasi *marketplace* shopee sebagai alat beli produk secara online.

3.3 Definisi Operasional

3.3.1 Minat Beli Ulang (Y)

Mengacu pada pengertian Minat beli ulang (Ali Hasan, 2018), maka definisi operasional minat beli ulang adalah ketertarikan konsumen untuk melakukan transaksi berulang di aplikasi shopee mencerminkan pengalaman positif

konsumen saat berbelanja di aplikasi shopee. Frekuensi minat pembelian ulang yang tinggi menunjukkan bahwa konsumen shopee merasa puas dan memperoleh nilai yang diharapkan dari interaksi mereka dengan produk atau merek tertentu. Kesesuaian kinerja produk atau jasa yang ditawarkan akan membuat pelanggan puas dan menarik minat mereka.

. Terdapat indikator – indikator hasrat membeli kembali menurut Purnamawati et al., (2020) :

1) Minat transaksional

Mengindikasikan berminat berbelanja online melalui aplikasi shopee.

2) Minat referensial

Mempunyai kecondongan untuk menyarankan individu lain untuk berbelanja pada shopee.

3) Minat preferensial

Menunjukkan kecenderungan untuk membeli barang yang diinginkan pada aplikasi shopee.

4) Minat eksploratif

Memiliki keinginan untuk mencari tahu lebih banyak tentang produk sebelum membeli pada aplikasi shopee.

3.3.2 *Flash Sale* (X1)

Mengacu pada penjelasan menurut Puspita & Kusuma (2024), Shopee menggunakan fitur *flash sale* untuk memberikan penawaran khusus kepada pelanggan dalam waktu terbatas, dengan tujuan untuk meningkatkan daya tarik platformnya. Fitur ini memungkinkan pengguna aplikasi Shopee untuk membeli

barang dengan diskon signifikan dibandingkan dengan harga regulernya di luar periode *flash sale*. Dengan demikian, Shopee menciptakan insentif bagi pelanggan untuk melakukan pembelian impulsif atau memanfaatkan penawaran harga yang lebih murah selama periode *flash sale* berlangsung. Menurut (Puspitasari & Kusuma, 2024) terdapat parameter *flash sale* sebagai berikut :

1) Frekuensi promosi

Banyaknya atau volume promosi penjualan shopee yang dilaksanakan selama periode tertentu.

2) Kualitas promosi

Menilai seberapa baik promosi shopee yang dijalankan.

3) Waktu promosi

Mencakup waktu atau nilai proses dalam promosi penjualan shopee.

4) Kesesuaian sasaran promosi

Menunjukkan betapa pentingnya promosi penjualan shopee sebagai cara untuk mencapai tujuan perusahaan.

3.3.3 *Paylater* (X2)

Berdasarkan definisi dari Silalahi et al. (2022) Shopee *Paylater* adalah sarana pembayaran online yang memungkinkan pengguna aplikasi Shopee untuk melakukan pembelian barang dengan cara memanfaatkan fasilitas kredit atau cicilan, tanpa memerlukan kartu kredit. Pengguna dapat memilih opsi Shopee *Paylater* saat check-out untuk mendapatkan barang secara langsung, sementara pembayaran dapat diselesaikan dalam periode waktu tertentu setelah transaksi. Layanan ini memberikan kemudahan kepada konsumen untuk berbelanja secara

fleksibel tanpa perlu menanggung biaya penuh secara langsung pada saat pembelian. Menurut (Anggraini & Pradananta, 2024) terdapat indikator *paylater* sebagai berikut :

1) Kerjasama dengan banyak toko

Terdapat fitur *paylater* di aplikasi shopee.

2) Suku bunga yang rendah

Suku bunga yang diberikan shopee rendah.

3) Pengajuan cepat

Proses pengajuan *paylater* pada aplikasi shopee tidak membutuhkan waktu yang lama.

4) Banyak promo

Saat menggunakan *paylater* pada aplikasi shopee terdapat banyak promo yang diberikan.

5) Banyak cashback

Mendapatkan cashback saat menggunakan shopee *paylater*.

6) Syarat pengajuan mudah

Syarat pengajuan menggunakan shopee *paylater* tidak rumit.

7) Tenor angsuran lama

Anggsuran pembayaran saat menggunakan shopee *paylater* lama.

3.3.4 Instrumen Penelitian

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Sumber
Flash Sale	Frekuensi promosi	Saya sering menemukan iklan <i>flash sale</i> Shopee di berbagai platform media sosial.	(Puspitasari & Kusuma, 2024)
	Kualitas promosi	Diskon yang ditawarkan dalam <i>flash sale</i> Shopee lebih menarik dibandingkan dengan marketplace lainnya.	
	Waktu promosi	Jangka waktu <i>flash sale</i> yang ditetapkan pihak shopee menurut saya sudah cukup.	
	Kesesuaian sasaran promosi	Produk <i>flash sale</i> yang dijual kebanyakan sudah sesuai dengan produk yang saya butuhkan.	
Paylater	Kerjasama dengan banyak marketplace	Saya menggunakan layanan <i>Paylater</i> di aplikasi Shopee.	(Anggraini & Pradananta, 2024)
	Suku bunga rendah	Suku bunga di shopee <i>paylater</i> rendah.	
	Pengajuan cepat	Proses pengajuan pendaftaran untuk menggunakan <i>paylater</i> Shopee cepat.	
	Banyak promo	Saat menggunakan <i>paylater</i> pada aplikasi shopee terdapat banyak promo yang diberikan.	
	Banyak cashback	Mendapatkan cashback saat menggunakan shopee <i>paylater</i> .	
	Syarat pengajuan mudah	Saya merasa persyaratan mengikuti <i>paylater</i> lebih mudah	
	Tenor angsuran lama	Jangka waktu angsuran yang ditetapkan pihak shopee sudah sesuai dengan kemampuan saya	
Minat Beli	Minat transaksional	Saya sering membeli produk di Shopee.	(Puspitasari & Kusuma, 2024)
	Minat referensial	Saya selalu menyarankan orang lain untuk membeli produk di Shopee.	
	Minat preferensial	Jika saya ingin membeli barang selalu di Shopee.	
	Minat eksploratif	Saya mengunjungi beberapa pilihan toko di shopee untuk menentukan pilihan produk yang saya butuhkan.	

3.3.5 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2019), Skala Likert merupakan alat yang efektif untuk mengevaluasi dan mengukur berbagai aspek seperti sikap, opini, serta persepsi, baik dari sudut pandang individu maupun kelompok, terkait dengan fenomena-fenomena sosial. Dalam pengamatan ini, peneliti menjelaskan variabel dalam indikator. Di bawah ini adalah daftar nilai yang dihasilkan oleh tanggapan dari setiap instrumen yang menggunakan skala likert:

Tabel 3.2 skala likert

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (ST)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Berdasarkan tabel diatas, Informan diminta untuk mengisi kuesioner untuk mengetahui sejauh mana responden setuju dengan pernyataan yang telah diberikan. Tingkat persetujuan pada skala likert ada lima alternatif skala yang dimulai dari (STS) sangat tidak setuju, (TS) tidak setuju, (N) Netral, (ST) Setuju, dan (SS) sangat setuju dan diberi skor 1, 2, 3, 4 dan 5.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan (Sugiyono, 2011). Menurut pendapat

tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwasanya populasi merupakan seluruh anggota selaku objek penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah berjumlah 100 responden pengguna aplikasi *marketplace* Shopee yang pernah menggunakan fitur *flash sale* dan *paylater*.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau representasi dari populasi yang mewakili karakteristiknya. Peneliti harus memahami sampling untuk menentukan atau menetapkan sampel yang tepat menentukan jumlah dan jenis sampel (Adnyana, 2021). Teknik sampling adalah metode menentukan sampel dan besar sampel. Pada penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability* sampling dengan *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang tidak direncanakan, yaitu siapa saja responden secara kebetulan bertemu dan digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2019). Karena jumlah populasi tidak diketahui, ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Cochran :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,4$$

Keterangan:

n = total sampel

z = nilai kurve nominal untuk sampingan 5% dengan nilai 1,96

p = kesempatan benar 50% yaitu 0,5

q = kesempatan tidak benar 50% yakni 0,5

e = kesalahan sampel 10%

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh hasil 96,4 yang berarti minimal jumlah sampel adalah 96 orang. Menurut (Sugiyono, 2019) hasil yang jumlahnya pecahan dibulatkan menjadi 97 dan total sampel digenapkan menjadi 100 sampel.

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Data primer dari penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna *marketplace* Shopee yang menggunakan fitur *flash sale* dan *paylater*. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaan dan nantinya akan dijawab oleh reponden (Sugiyono, 2019).

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh tidak langsung dari sumbernya, melainkan melalui orang atau dokumen lain (Sugiyono, 2019). Data sekunder dari penelitian ini berasal dari jurnal, buku dan media internet.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini melalui penyebaran angket. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaan dan nantinya akan dijawab oleh reponden (Sugiyono, 2019). Data penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online berupa Google Form melalui aplikasi Whatsapp yang nantinya diisi oleh responden.

3.7 Uji Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2019) untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner dengan menggunakan uji instrumen. Penelitian dikatakan valid apabila terdapat persamaan antara data yang dikumpulkan dengan data actual di lapangan, pada objek yang diteliti. Instrumen dinyatakan valid apabila koefisien korelasi antara item lebih dari 0,3, dan tidak valid jika kurang dari 0,3. Pengukuran validitas menggunakan rumus korelasi *product moment*.

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

x = nilai item x

y = nilai item y

n = jumlah sampel pada penelitian

Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS 25, dengan kriteria sebagai berikut :

1. Apabila r hitung >0,3 dapat dikatakan bahwa pernyataan tersebut valid.
2. Jika r hitungnya <0,3 artinya pernyataan tersebut tidak valid.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	Signifikan	keterangan
Flash Sale (X1)	X1.1	0,710	0,3	Valid
	X1.2	0,772	0,3	Valid
	X1.3	0,774	0,3	Valid
	X1.4	0,743	0,3	Valid
Paylater (X 2)	X2.1	0,670	0,3	Valid
	X2.2	0,664	0,3	Valid

	X2.3	0,630	0,3	Valid
	X2.4	0,691	0,3	Valid
	X2.5	0,720	0,3	Valid
	X2.6	0,694	0,3	Valid
	X2.7	0,645	0,3	Valid
Minat Beli Ulang (Y)	Y1	0,728	0,3	Valid
	Y2	0,779	0,3	Valid
	Y3	0,750	0,3	Valid
	Y4	0,663	0,3	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh butir item pernyataan ketiga indikator variabel diperoleh nilai korelasi yang lebih besar dari nilai koefisien yaitu >0,3, artinya seluruh variabel tersebut adalah valid.

3.7.1 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengestimasi angket yang menunjukkan variabel. Jika jawaban responden sesuai dengan pernyataan konstan dari, angket dinyatakan reliabel. dari waktu ke waktu. Untuk uji reliabilitas, SPSS 25 digunakan karena dapat membantu mengestimasi reliable menggunakan uji statistik cronbach alpha. Variabel dinyatakan reliable (handal) jika cronbach alphanya lebih dari 0,7 (Ghozali, 2018).

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_i = koefisien reliabilitas

k = mean kuadrat antar subjek

$\sum s_i^2$ = mean kuadrat kesalahan

s_2^t = varians total

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
Flash sale	0,738	0,7	Reliabel
Paylater	0,797	0,7	Reliabel
Minat Beli Ulang	0,707	0,7	Reliabel

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa pengujian reliabilitas ketiga variabel menghasilkan nilai cronbach alpha yang lebih dari 0,7. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut reliabel.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Statistik Deskriptif

Sugiyono (2019) mendefinisikan statistik deskriptif sebagai statistik yang digunakan untuk menguraikan data yang sudah terkumpul tanpa menarik kesimpulan atau generalisasi. Metode ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rentang skor} &= \frac{\text{angka tertinggi} - \text{angka terendah}}{\text{banyak kategori}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Interpretasi skornya yaitu :

1. 1 – 1.80 = Sangat rendah
2. 2. 1.81 – 2.6 = Rendah
3. 2.61 – 3.4 = Netral
4. 3.41 – 4.2 = Tinggi
5. 4. 21 – 5.0 = Sangat Tinggi

3.8.2 Analisa Infrensial

3.8.2.1 Analisa Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018)) Dalam penelitian yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas, regresi linier berganda digunakan. Analisis regresi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen (bebas) pada variabel dependen (terikat). Ini adalah rumus persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = variabel minat beli ulang

a = konstanta

b = koefisien

X1 = *flash sale*

X2 = *paylater*

e = standart *error*

3.8.2.3 Uji Hipotesis

3.8.2.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik mampu memahami keadaan data yang digunakan dalam penelitian, sehingga dapat digunakan untuk mendapatkan model analisis yang tepat.

Uji hipotesis konvensional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) Normalitas dapat digunakan untuk mengetahui apakah nilai residu pada model regresi berdistribusi normal. Untuk mengetahui kualitas residu, grafik histogram yang menggabungkan data yang diamati dengan distribusi normal adalah metode yang paling umum untuk

melakukannya. Normalitas dapat diidentifikasi dengan memeriksa distribusi titik data di sepanjang diagonal grafik; jika data didistribusikan dengan normal, garis yang menunjukkan data sebenarnya akan mengikuti garis diagonal. Selain grafik histogram dan P-Plot, uji Kolmogorov Smirnov (K-S) juga dapat digunakan untuk menguji normalitas. Berikut adalah kriteria pengujian dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov (Ghozali, 2018) :

- a. Apabila nilai signifikan $>0,05$, maka data tersebut berdistribusi secara normal.
- b. Apabila nilai signifikan $<0,05$, artinya data tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018) analisis multikolinear dapat digunakan untuk menentukan apakah model regresi dapat mengidentifikasi hubungan antara variabel independen. Tanda-tanda multikolinearitas dapat diamati dengan menggunakan analisis nilai faktor variasi inflasi (VIF) dan toleransi.

1. Multikolinearitas tidak ada dalam model regresi ketika $VIF < 10$ dan nilai tolerannya lebih besar dari 0,1
2. Multikolinearitas termasuk dalam model regresi, jika $VIF > 10$ dan toleran kurang dari 0,1.

3. Uji Heteroskedastitas

Menurut Ghozali (2018) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada variasi pada residual pengamatan dalam model regresi. Jika tidak ada perubahan pada residual, disebut homoskedastisitas, dan heteroskedastisitas setelah perubahan. Jika tidak ada heteroskedastisitas, model

regresi dianggap valid. Dengan menggunakan grafik ScatterPlot, Anda dapat mengetahui apakah ada heteroskedastisitas atau tidak. Pola tertentu pada grafik ScatterPlot menunjukkan bahwa terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, heteroskedastisitas tidak terjadi jika tidak ada pola tertentu atau titik-titik tersebar baik di atas maupun di bawah 0 pada sumbu Y.

4. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018) uji autokorelasi dapat digunakan menentukan ada tidaknya korelasi antara periode awal dengan periode berikutnya. Model regresi yang baik tidak mempunyai autokorelasi. Tes Durbin-Watson (tes DW) adalah metode untuk memastikan apakah ada autokorelasi atau tidak dalam model regresi. Menurut Ghozali (2018) Kriteria untuk menentukan ada atau tidak adanya autokorelasi, sebagai berikut:

1. Jika $0 < d < d_l$ artinya hipotesis 0 tidak ada autokorelasi positif dengan keputusan ditolak.
2. Jika $4 - d_l < d < 4$ artinya hipotesis 0 tidak terdapat korelasi negatif dengan keputusan tidak diterima.
3. Jika $d_u < d < 4 - d_u$ menunjukkan bahwa hipotesis nol tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif dan bisa dikatakan bahwa hipotesis diterima.
4. Apabila $d_{LL} < d < d_u$ atau $4 - d_u < d < 4 - d_l$ berarti tidak menghasilkan kesimpulan secara pasti.

3.8.2.3 Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Menurut Ghozali (2018), uji t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Rumus uji-t yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan :

t = nilai untuk uji t

r = korelasi parsial

r² = koefisien determinasi

n = jumlah sampel

Kriteria yang digunakan uji t sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima.
2. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka bisa disimpulkan bahwa hipotesis ditolak.

Uji R² (Determinasi)

Menurut Ghozali (2018), koefisien determinasi (R²) digunakan untuk menentukan seberapa jauh kemampuan model untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 < R² < 1. Nilai determinasi yang mendekati angka satu, maka model regresi dianggap semakin

baik karena variabelvariabel independen yang digunakan dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependennya. Penelitian ini berpegang pada nilai *Adjusted R Square* atau koefisien determinasi yang sudah disesuaikan guna mendapatkan model regresi yang terbaik. Nilai *Adjusted R Square* tidak akan menimbulkan bias karena nilai *R Square* dapat naik turun ketika sebuah variabel independen ditambahkan ke dalam model. Rumus yang digunakan yaitu :

$$kd = r^2 \times 100\%$$

Kd = koefisien determinasi

r_{xy}^2 = koefisien kuadrat korelasi ganda