BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Pendekatan deskriptif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel dalam model UTAUT terhadap minat beli produk *fashion* melalui *marketplace* Shopee di Kota Semarang secara objektif dan terukur. Penelitian verifikatif dilakukan untuk menguji hubungan antar variabel yang telah dirumuskan dalam hipotesis, sehingga dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social influence*, dan *Facilitating Conditions* terhadap minat beli konsumen.

3.2 Lokasi dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di Kota Semarang, mengingat kota ini memiliki populasi pengguna *marketplace* yang aktif, khususnya Shopee, dan menunjukkan tren pembelian produk *fashion* secara daring yang tinggi.

Waktu penelitian dijadwalkan selama satu bulan, dari awal November 2025 hingga akhir Desember 2025, mencakup tahap penyebaran kuesioner, pengumpulan data, dan analisis menggunakan perangkat lunak statistik. Pemilihan lokasi dan waktu ini bertujuan untuk mendapatkan data yang representatif dari pengguna aktif Shopee di Semarang.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau individu yang menjadi sasaran penelitian dan memiliki karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Subhaktiyasa, 2024). Dalam penelitian ini, populasi adalah seluruh pengguna aktif Shopee di Kota Semarang yang pernah membeli produk *fashion*. Penelitian ini memfokuskan pada populasi yang terdiri dari Masyarakat umum dan mahasiswa di kota Semarang yang menggunakan platform *e-commerce* Shopee.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi dalam penelitian. Sampel digunakan untuk memperoleh data yang dapat digeneralisasikan tanpa harus mengumpulkan informasi dari seluruh populasi. Dengan kriteria inklusi sebagai berikut.

1. Responden merupakan pengguna aktif Shopee di Kota Semarang.
2. Pernah membeli produk *fashion* melalui Shopee minimal 1 kali dalam 6 bulan terakhir.
3. Bersedia mengisi kuesioner dan memberikan informasi secara jujur.

Kriteria eksklusi adalah:

1. Responden yang tidak pernah membeli produk *fashion* di Shopee.
2. Pengguna Shopee di luar wilayah Kota Semarang.

3. Responden yang tidak bersedia atau tidak lengkap dalam pengisian kuesioner. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini belum diketahui, sehingga rumus perhitungan sampel yaitu sebagai berikut.

$$n= \left(\frac{\frac{Z_{\alpha}}{2}\delta}{e} \right)^2$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
- $\delta =$ $Standar\ Deviasi\ Populasi\ (pendugaan\ sampel\ dengan\ perwakilan\ 0{,}5\ x\ 0{,}5 = 0{,}25)$
- $\frac{Z_{\alpha}}{2}$ = nilai Z adalah Tingkat kepercayaan 95%
- e = Tingkat kesalahan 5%

Sehingga, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

$$n= \left(\frac{\frac{Z_{\alpha}}{2}\delta}{e} \right)^2$$

$$n= \left(\frac{(1.96).(0.25)}{0.05} \right)^2$$

$$n= 150$$

Berdasarkan hasil perhitungan sampel tersebut yang akan dipakai berdasarkan kriteria dan pertimbangan tertentu adalah konsumen yang

menggunakan *e-commerce* Shopee dengan minimal 1 kali dalam 6 bulan terakhir yaitu menggunakan minimal 150 orang responden.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya melalui pengumpulan informasi dari responden (Rahman, 2021). Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang diisi oleh sampel penelitian, yang berisi pertanyaan terkait variabel UTAUT (*Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social influence*, *Facilitating Conditions*) dan minat beli produk *fashion* di Shopee.
2. Data sekunder ini memungkinkan peneliti memperoleh informasi aktual yang spesifik sesuai dengan tujuan penelitian. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen atau sumber yang sudah ada sebelumnya, bukan dari pengamatan langsung pada sampel (Innayah, 2023). Contohnya meliputi laporan akademik, jurnal, artikel penelitian terdahulu, dan data statistik resmi tentang *e-commerce* dan penggunaan Shopee di Semarang. Data sekunder digunakan untuk memperkuat landasan teori, membandingkan hasil penelitian sebelumnya, dan mendukung interpretasi data primer.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari beberapa tahap:

1. Kuesioner

Digunakan untuk mengumpulkan data primer dari responden. Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel dalam model UTAUT dan minat beli, menggunakan skala Likert 1–5 untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diajukan.

Tabel 3.1

Pemberian Bobot Nilai (Skor) Skala Linkert

Pernyataan	Nilai (Skor)
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2022)

2. Studi Pustaka

Digunakan untuk mengumpulkan data sekunder, seperti jurnal penelitian terdahulu, artikel ilmiah, dan laporan statistik yang relevan dengan topik penelitian. Studi pustaka ini membantu membangun kerangka teori, menyusun hipotesis, dan membandingkan hasil penelitian dengan penelitian sebelumnya.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional adalah penjelasan yang jelas dan spesifik mengenai bagaimana suatu variabel penelitian diukur atau diamati secara nyata dalam penelitian. Definisi ini berfungsi untuk menjembatani konsep teoretis dengan praktik penelitian, sehingga setiap variabel dapat diukur secara kuantitatif atau kualitatif sesuai indikator yang telah ditentukan (Putri & Maharani, 2022).

Tabel 3.2

Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator	Cara Pengukuran
1	*Performance Expectancy* (PE)	Sejauh mana konsumen merasa bahwa penggunaan *marketplace* Shopee dapat mempermudah, mempercepat, dan meningkatkan efektivitas	1. Meningkatkan kinerja belanja 2. Motivasi ekstrinsik 3. Waktu yang dibutuhkan lebih efisien 4. Kualitas dan kemudahan pekerjaan	Skala Likert 1-5

No	Variabel	Definisi	Indikator	Cara Pengukuran
		dalam melakukan pembelian produk *fashion* secara online.	belanja 5. Meningkatkan efektivitas belanja	
2	*Effort Expectancy* (EE)	Persepsi pengguna mengenai kemudahan dan kenyamanan saat menggunakan Shopee untuk mencari, memilih, dan membeli produk *fashion*.	1. *Perceived Ease of Use* 2. Ease of Use 3. *Complexity* (tingkat kerumitan)	Skala Likert 1-5
3	*Social influence* (SI)	Tingkat pengaruh sosial dari teman, keluarga, komunitas, atau tren digital terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk *fashion* melalui Shopee.	1. Berbagi pengalaman belanja online 2. Mendapat informasi dari teman dan keluarga 3. Rekomendasi dari lingkungan sekitar 4. Mencari informasi bersama orang lain 5. Mengajak teman berbelanja online	Skala Likert 1-5

No	Variabel	Definisi	Indikator	Cara Pengukuran
4	*Facilitating Conditions* (FC)	Sejauh mana lingkungan, infrastruktur, dan sumber daya pendukung (perangkat, jaringan, layanan, metode pembayaran) mempermudah konsumen dalam menggunakan Shopee.	1. Aplikasi Shopee beroperasi lancar di perangkat konsumen 2. Koneksi internet dapat diterima dengan mudah 3. Informasi produk dan promo mudah diakses 4. Proses pendaftaran dan penggunaan aplikasi mudah 5. Tersedianya layanan bantuan/customer service	Skala Likert 1-5
5	Minat Beli	Kecenderungan atau keinginan konsumen untuk membeli produk *fashion* melalui Shopee, dipengaruhi oleh pengalaman, persepsi manfaat, pengaruh sosial, dan kemudahan	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif	Skala Likert 1-5

No	Variabel	Definisi	Indikator	Cara Pengukuran
		penggunaan platform.		

3.7 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan bantuan program SPSS. Tahapan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden dan distribusi jawaban responden terhadap setiap variabel penelitian. Statistik deskriptif meliputi nilai rata-rata (mean), minimum, maksimum, dan standar deviasi pada variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, dan minat beli.

3.7.2 Uji Kualitas Instrumen

Uji kualitas instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan layak sebagai alat ukur penelitian, yang meliputi:

a. Uji Validitas

   Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana item pertanyaan mampu mengukur variabel yang diteliti. Uji validitas dilakukan dengan korelasi Pearson Product Moment, dengan kriteria bahwa item dinyatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel pada taraf signifikansi 0,05.

b. Uji Reliabilitas

   Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha, dengan kriteria bahwa variabel dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,60.

   Uji validitas dan reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan google form yang disebarkan kepada 30 responden. Hasil pengujian data dalam uji kualitas instrument adalah sebagai berikut.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Performance Expectancy	X1.1	0,929	0,361	Valid
	X1.2	0,762	0,361	Valid

(X1)	X1.3	0,721	0,361	Valid
	X1.4	0,677	0,361	Valid
	X1.5	0,725	0,361	Valid
Effort Expectancy (X2)	X1.1	0,829	0,361	Valid
	X1.2	0,787	0,361	Valid
	X1.3	0,811	0,361	Valid
Social influence (X3)	X1.1	0,909	0,361	Valid
	X1.2	0,726	0,361	Valid
	X1.3	0,794	0,361	Valid
	X1.4	0,532	0,361	Valid
	X1.5	0,803	0,361	Valid
Fasilitating Conditions (X4)	X1.1	0,915	0,361	Valid
	X1.2	0,695	0,361	Valid
	X1.3	0,818	0,361	Valid
	X1.4	0,501	0,361	Valid
	X1.5	0,828	0,361	Valid
Minat Beli	Y1	0,906	0,361	Valid

(Y)	Y2	0,674	0,361	Valid
	Y3	0,803	0,361	Valid
	Y4	0,655	0,361	Valid

Berdasarkan table 3.3 dijelaskan bahwa keseluruhan item pada variable memiliki nilai r hitung > r table (0,361) dengan nilai signifikansi < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pada setiap variable dinyatakan valid.

Tabel 3.4 Uji Reliabilitas

Variabel	**Cronbach's Alpha**	**Keterangan**
Performance Expectancy (X1)	0,824	Reliebel
Effort Expectancy (X2)	0,736	Reliebel
Social influence (X3)	0,817	Reliebel
Fasilitating Conditions (X4)	0,819	Reliebel
Minat Beli (Y)	0,765	Reliebel

Berdasarkan table 3.4 didapatkan hasil bahwa masing-masing item pada variabel penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha dengan nilai > 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pada setiap variabel dinyatakan valid dan reliebel.

3.7.3 Uji Asumsi klasik

a) Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan tersebut normal atau tidak. Model regresi yang baik ditandai dengan nilai residual yang berdistribusi normal. Salah satu metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik Normal *P-P Plot of regression* standardized residual atau dengan uji One sample Kolmogorov Smirnov.

Menurut (Adityamurti & Ghozali, 2017), pengambilan keputusan mengenai uji normalitas menggunakan probability plot dilakukan dengan cara sebagai berikut.

1. Jika data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, atau grafik histogram menunjukkan distribusi normal, maka model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.
2. Sebaliknya, jika data tersebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah diagonal, atau grafik histogramnya tidak menunjukkan distribusi yang normal, maka model regresi dianggap tidak memenuhi asumsi normalitas.

Menurut Machali (Apriliah et al., 2025), bahwa tes normalitas dilakukan dengan menggunakan uji kolmogrov-smirnov dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Signifikansi > 0,05, maka data berdistribusi normal.
2. Signifikansi < 0,05, maka data tidak berdistribusi secara normal.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah model regresi menunjukkan ketidaksamaan dalam varian dari residual antar pengamatan. Jika variance dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap, maka disebut homoskedastisitas, namun jika variance dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik diharapkan tidak mengalami heteroskedastisitas. Dasar pengambilan Keputusan menurut (Adityamurti & Ghozali, 2017) pada uji heteroskedastisitas yaitu:

1. Jika nilai signifikansi > a = 0.05, kesimpulannya yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi < a = 0.05, kesimpulannya yaitu terjadi heteroskedastisitas.

c) Uji Multikolineritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak berkorelasi di antara variabel

independent (Ghozali, 2018) dalam (Loindong et al., 2023). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

1) Nilai R2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas.
3) Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena VIF = 1/Tolerance). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan nilai tolerance ≥ 0.10 atau sama dengan nilai VIF ≤ 10, artinya bahwa semua variabel yang akan dimasukkan dalam perhitungan model regresi harus mempunyai tolerance diatas 0.10. Jika nilai tolerance kurang dari 0.10 maka terjadi multikolonieritas. Sedangkan hasil perhitungan nilai VIF, jika memiliki nilai VIF kurang dari 10, maka tidak mempunyai persoalan multikolonieritas.

3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear sederhana adalah metode regresi yang menghubungkan variabel terikat (Y) dengan satu variabel. Metode ini digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas (X) dan

variabel terkait (Y). Dengan menganalisis Pengaruh model UTAUT dengan Variabel *Performance Expectancy (X1), Effort Expectancy (X2), Social influence (X3), Fasilitating Condition (X4)* dan Minat Beli Konsumen sebagai variabel dependen (terikat) maka persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \beta X_4 + e$$

Dimana:

Y : Minat Beli Konsumen

a : Elemen konstanta

β : Koefisien regresi variabel independen

X1: *Performance Expectancy*

X2: *Effort Expectancy*

X3: *Social influence*

X4: *Fasilitating Condition*

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji t

Uji ini dilakukan terhadap data original untuk menguji korelasi antar variabel yang dianalisis, dan untuk mengetahui pengaruh variabel *Performance Expectancy (X1), Effort Expectancy (X2), Social influence (X3), Fasilitating Condition (X4)* secara parsial terhadap variabel Y (Minat Beli Konsumen) Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H0 ditolak artinya terdapat pengaruh antara variabel X secara parsial terhadap variabel Y secara signifikan.
2. Jika nilai sig > 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H0 diterima artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel X secara parsial terhadap variabel Y secara signifikan.

3.8.2 Uji F

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama– sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingakatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan F < 0.05 maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghozali, 2021).

Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut (Ghozali, 2016) : a

1. Jika nilai signifikan F < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.
2. Jika nilai signifikan F > 0,05 maka H0 diterima dan H1 Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

3.8.3 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ganda (R^2) adalah ukuran yang digunakan untuk menilai seberapa besar kontribusi variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dalam model regresi. Nilai koefisien determinasi ganda (R^2) berkisar antara 0 dan 1, di mana $0 < R^2 < 1$.

Semakin kecil nilai R^2 yang dihasilkan (mendekati nol), semakin kecil kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, semakin besar nilai R^2 (mendekati satu), semakin besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan banyak informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen.