

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Sugiyono (2018) menyatakan bahwa analisis kuantitatif adalah suatu analisis data yang dilandaskan pada filsafat positivisme yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis yang digunakan adalah asosiatif yaitu bentuk penelitian dengan menggunakan minimal dua variabel atau lebih yang dihubungkan dan dalam penelitian ini akan melihat Analisis pengaruh *online customer review* dan *online customer rating* terhadap minat *Order* produk kuliner di aplikasi Go Food

3.2 Sumber Data

Sumber data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data mentah. Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari lapangan atau yang diperoleh dari responden yaitu pengguna aplikasi Go Food. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuesioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa studi Lapangan (*field research*), adalah teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan tertulis kepada pengguna aplikasi Go

Food. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah likert. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu.

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju
---------------------	---	---	---	---	---	---------------

Sumber: Lupiyoadi (2015)

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu yang diterapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi GoFood

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa Sampel adalah sebagian dari populasi yang sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Pada penelitian ini sampel diambil dari populasi yaitu sebagian pengguna aplikasi GoFood. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Berusia 17 tahun, sehingga lebih memahami pengisian kuesioner
2. Pengguna Go-food dengan intensitas penggunaan 2-3 kali dalam sebulan

Hair dalam Ridwan (2019) menyarankan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5-10. Jumlah indikator yang diteliti pada penelitian ini berjumlah 9 indikator, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut :
Jumlah Sampel = 9 X 10 = 90 responden

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Penelitian Independen

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa variabel independen (bebas) adalah variabel stimulus, atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel ini merupakan yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan dengan suatu gejala yang akan diteliti. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah *online customer review* dan *online customer rating*

3.5.2 Variabel Penelitian Dependen

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah minat beli

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Oprasional	Indikator	Skala
<i>Online Customer Review</i> (X2)	Depari dan Ginting (2022) menyatakan bahwa <i>online customer review</i> adalah berisi evaluasi dan penilaian dari pelanggan terhadap suatu produk layanan yang dapat berupa ulasan positif atau negatif.	suatu bentuk penilaian yang diberikan oleh konsumen sebelumnya atas informasi dari penilaian suatu produk dalam berbagai macam aspek	1. <i>Credibility</i> 2. <i>Skill</i> 3. <i>Pleasant</i> Sumber: Depari dan Ginting (2022)	Interval
<i>Online Customer Rating</i> (X2)	Wibisono, Wijaya, dan Andreani (2021) menyatakan bahwa <i>online customer rating</i> adalah sebagai penilaian dari pengguna pada preferensi suatu produk terhadap pengalaman konsumen mengacu pada keadaan psikologis dan emosional yang konsumen jalani terhadap suatu produk	ulasan produk dari konsumen yang telah melakukan pembelian, yang berbentuk simbol bintang dalam memberikan penilaian produk	1. <i>Rating keseluruhan produk atau jasa</i> 2. <i>Rating</i> fitur produk Sumber: Wibisono, Wijaya, dan Andreani (2021)	Interval
Minta Beli (Y)	Sutanto (2019) menyatakan bahwa minat beli adalah sebuah stimuli yang muncul pada calon konsumen ketika melihat suatu produk, dari stimuli tersebut membuat konsumen memiliki ketertarikan dan keinginan	kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau produk	1. <i>Attention</i> 2. <i>Interest</i> 3. <i>Desire</i> 4. <i>Action</i> Sumber: Sutanto (2019)	Interval

	untuk membeli produk.			
--	-----------------------	--	--	--

Sumber : Data Diolah, 2022

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa uji validitas adalah uji kelayakan instrumen, dalam pengujian validitas instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$. Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrument sebagai alat ukur variabel penelitian Instrument dikatakan valid mempunyai nilai signifikansi korelasi \geq dari 95% atau $\alpha = 0,05$. Pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21. Prosedur pengujian,

Kriteria pengambilan keputusan :

Ho : Apabila $\text{sig} < 0,05$ maka Instrumen dinyatakan valid

Ha : Apabila $\text{sig} > 0,05$ maka Instrumen dinyatakan tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. Uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode *alpha cronbach* dan penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	SangatTinggi

0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Lupiyoadi (2015)

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa uji Normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametric. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah representatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini peneliti dibantu oleh program SPSS 21. Berikut ini prosedur pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

H_0 : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

H_1 : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila $\text{Sig} < 0.05$ maka H_0 ditolak (distribusi sampel tidak normal)

Apabila $\text{Sig} > 0.05$ maka H_0 diterima (distribusi sampel normal)

3.8.2 Uji Linieritas Sampel

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa uji linearitas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau pun regresi linier. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS 21, dengan melihat tabel Anova atau sering disebut *Test for Linearity*. Berikut ini prosedur pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

H_0 = Model regresi berbentuk linear.

H_1 = Model regresi tidak berbentuk linear.

2. Kriteria Pengujian

Jika probabilitas (Sig) $> 0,05$ maka H_0 diterima.

Jika probabilitas (Sig) $< 0,05$ maka H_0 ditolak

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Ada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Metode untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Batas dari *tolerance value* $> 0,1$ atau VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS 21

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai $VIF \geq 10$ maka ada gejala multikolinieritas

Jika nilai $VIF \leq 10$ maka tidak ada gejala multikolinieritas

2. Jika nilai tolerance < 0,1 maka ada gejala multikolinearitas
Jika nilai tolerance > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinearitas
3. Penjelasan kesimpulan

3.9 Metode Analisis Data

Regresi Linier Berganda

Di dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independen yaitu *online customer review* dan *online customer rating* yang mempengaruhi variabel dependen yaitu minat beli maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_t$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (minat beli)

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

β = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X1 = Variabel independen (*Online Customer Review*)

X2 = Variabel independen (*Online Customer Rating*)

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1. Uji Parsial (Uji-t)

Analisis korelasi parsial ini digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara korelasi kedua variabel dimana variabel lainnya dianggap berpengaruh dikendalikan atau dibuat tetap (sebagai variabel control). Variabel yang diteliti adalah data rasio maka teknik statistik yang digunakan adalah korelasi *Pearson Product Moment*. Uji t melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan

1. Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap *Minat Order*

Ho: *online customer review* tidak berpengaruh terhadap minat *Order* produk kuliner di aplikasi GoFood

Ha: *online customer review* berpengaruh terhadap minat *Order* produk kuliner di aplikasi GoFood

2. Pengaruh *Online Customer Rating* Terhadap Minat *Order*

Ho: *online customer rating* tidak berpengaruh terhadap minat *Order* produk kuliner di aplikasi GoFood

Ha: *online customer rating* berpengaruh terhadap minat *Order* produk kuliner di aplikasi GoFood

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai $sig < 0,05$ maka Ho ditolak
2. Jika nilai $sig > 0,05$ maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis

3.10.2. Uji Simultan (Uji-F)

Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara seluruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan. Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen

Pengaruh Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Order

Ho: *online customer review* dan *online customer rating* tidak berpengaruh terhadap minat *Order* produk kuliner di aplikasi GoFood

Ho: *online customer review* dan *online customer rating* berpengaruh terhadap minat *Order* produk kuliner di aplikasi GoFood

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai $sig < 0,05$ maka Ho ditolak
2. Jika nilai $sig > 0,05$ maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis.