

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Metode kuantitatif merupakan sebuah metodologi pada riset yang akan dilakukan oleh penulis. Sesuai dengan V. Wiratna Sujarweni (2014:39), penelitian kuantitatif merujuk pada jenis penelitian yang menghasilkan data yang dapat diolah melalui penerapan prosedur statistik atau metode pengukuran lainnya. Pendekatan kuantitatif ini didasarkan pada filosofi positivisme dan bertujuan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu. Data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian, lalu dianalisis dengan pendekatan kuantitatif atau statistik, dengan maksud untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. (Sugiyono, 2017:8).

Dalam penelitian ini, penerapan metode kausalitas dipilih dengan tujuan mengungkapkan hubungan sebab-akibat di antara variabel yang sedang diamati. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi variabel yang memiliki dampak terhadap variabel lainnya. Dalam konteks studi ini, variabel independen yang dipertimbangkan adalah *online* customer review (X1) dan e-trust (X2), dianggap memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Y), yaitu keputusan pembelian *online*.

#### **3.2 Sumber Data**

Perolehan informasi oleh penulis ialah output melalui fase terakhir selama proses pengolahan berlangsung atau selama penelitian dilakukan. Sumber informasi atau data yang dipergunakan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis diperoleh secara langsung dari sumbernya, yang dikenal sebagai data primer, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2019:194). Menurut Sugiyono, data pokok ialah sumber informasi yang memberikan evidensi langsung kepada peneliti atau pengumpul data. Dalam riset yang akan dilakukan, data primer diperoleh melalui jawaban kuesioner yang telah diberikan oleh responden yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Pendekatan penghimpunan data dalam riset yang sedang dilakukan melibatkan penggunaan survei dengan memanfaatkan kuesioner.. Sugiyono (2018: 2019) menyatakan bahwa angket atau kuesioner merupakan suatu metode pengumpulan data di mana responden diminta menjawab serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis. Dalam penelitian ini, penulis menerapkan teknik pengumpulan data menggunakan formulir Google (Google Form). Kuesioner disusun secara teliti agar mencakup variabel-variabel yang relevan dengan tujuan penelitian. Selain itu, data juga diperoleh melalui analisis dokumentasi, di mana informasi dikumpulkan dari berbagai sumber tertulis seperti literatur, laporan, dan dokumen resmi terkait.

Pengelompokkan berdasarkan variabel juga jenis responden dari jajak pendapat terhimpun dalam data atau informasi, kemudian diolah melalui proses tabulasi. Perangkat lunak SPSS versi 20 digunakan dalam penggarapan informasi dengan melakukan perhitungan yang komprehensif

Dalam penelitian ini, penulis secara khusus menetapkan fenomena sosial sebagai variabel penelitian. Dalam melakukan pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi individu maupun kelompok terhadap fenomena sosial, digunakan skala likert. Skala ini terdiri dari lima skor respons, diawali dengan sangat setuju hingga sangat tidak setuju.

**Tabel 3 1 Ukuran Penilaian Likert**

<b>Poin</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Skor</b>	<b>Kode</b>
1	Sangat Setuju	5	SS
2	Setuju	4	S
3	Kurang Setuju	3	KS
4	Tidak Setuju	2	TS
5	Sangat Tidak Setuju	1	STS

Sumber: *Sugiyono (2017)*

### **3.4 Populasi Dan Sampel**

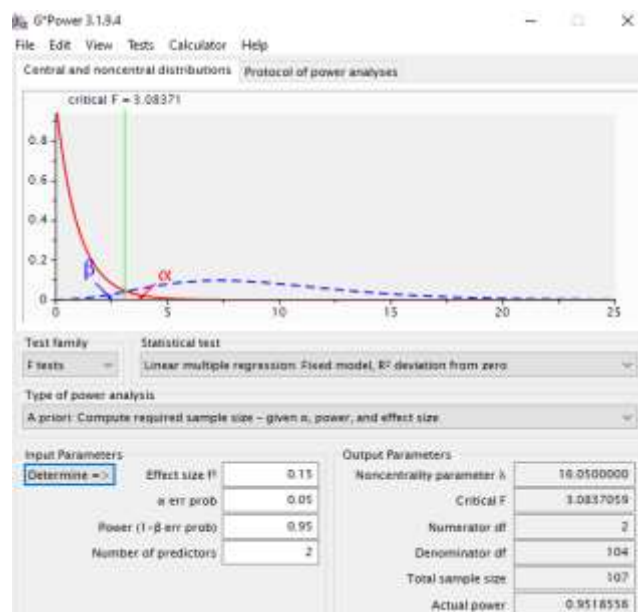
#### **3.4.1 Populasi**

Suatu kawasan atau kelompok universal kemudian memiliki karakteristik khusus serta menjadi pusat perhatian dalam penelitian disebut sebagai populasi. Penelitian bertujuan untuk memahami dan menyimpulkan aspek-aspek yang terkait dengan populasi tersebut. Populasi dapat diartikan sebagai area umum atau koleksi mencakup subjek atau entitas yang memiliki karakteristik dan jumlah yang telah ditentukan oleh penulis sebagai pusat penyelidikan, dengan maksud untuk menyimpulkan secara umum atau mewakili keseluruhan populasi, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2022:130). Dalam riset yang akan dilakukan oleh penulis, populasi merujuk pada seluruh masyarakat yang tinggal di wilayah Indonesia.

#### **3.4.2 Sampel**

Dikemukakan oleh Sugiyono (2018), sampel merupakan potongan atas keseluruhan total penduduk kemudian karakteristiknya merepresentasikan sampel tersebut. Oleh karena itu, dalam pengambilan spesimen perlu sepenuhnya mencerminkan atau representatif dari karakteristik total penduduk yang tengah diselidiki. Besaran spesimen yang tepat bagi sebuah riset dapat berkisar antara 30 sampai dengan 500 orang.

Mekanisme pengambilan sampel pada riset yang akan dilakukan penulis yakni menggunakan G\*Power. G\*Power merupakan sebuah perangkat lunak yang digunakan untuk mengukur jumlah sampel dalam suatu penelitian. G\*Power digunakan untuk menghitung jumlah sampel karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui pasti jumlahnya.



**Gambar 3 1** Penentuan jumlah sampel menggunakan GPower

Sumber: *Olahan Penulis, 2023*

Pada gambar 3.1 menunjukkan bahwa penghitungan jumlah sampel menggunakan G\*Power dengan memasukkan 2 variabel independent ke predictors, margin of error sebesar 0,05 atau 5% dan power 0,95 sehingga didapatkan total ukuran sampel minimal pada penelitian ini yaitu berjumlah 107 sampel.

Pertimbangan atau kriteria sampel yang ditetapkan ialah seperti yang telah dijabarkan pada tabel 3.2 dibawah:

**Tabel 3 2** Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria Penentuan Sampel
1	Responden merupakan warga Negara Indonesia
2	Responden berjenis kelamin pria maupun wanita
3	Responden berusia minimal 20 -24 tahun
4	Responden menggunakan aplikasi Shopee dan pernah berbelanja produk pakaian

Sumber: *Data Diolah, 2023*

### 3.5.1 Variabel Dan Definisi Operasional Variabel

#### 3.5.2 Variabel

Dalam sebuah riset, variabel merupakan segala faktor yang ditentukan oleh penulis untuk diinvestigasi dengan tujuan memperoleh informasi kemudian menarik kesimpulan (Sugiyono, 2009). Dalam judul riset "Pengaruh *Online Customer Review* dan *E-Trust* terhadap Keputusan Pembelian *Online* Produk Pakaian pada Marketplace Shopee," penulis mengklasifikasikan variabel sebagai variabel tidak terikat dan variabel terikat dengan penjelasan yakni:

##### 3.5.1.1 Variabel Tidak Terikat

Variabel independen ataupun tidak terikat (X) ialah stimulus yang memengaruhi variabel lainnya. Variabel ini akan melalui proses pengukuran, dan proses seleksi oleh penulis kemudian ditentukan kaitannya dengan fenomena pada riset yang sedang dilakukan. Variabel bebas penelitian ini melibatkan *Online Customer Review* dan *E-Trust*.

Menurut Mo & Fan (2015) dalam (Herman *et al.*, 2023), *Online Customer Review* ialah rekomendasi yang disampaikan oleh pelanggan melibatkan beragam faktor dan jenis produk, memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan informasi komprehensif tentang kualitas produk. Dengan merinci berbagai aspek, termasuk ulasan dan umpan balik dari pembeli sebelumnya di platform toko *online*, pelanggan dapat dengan mudah memperoleh wawasan tentang keunggulan suatu produk sebelum membuat keputusan pembelian.

*E-Trust* menurut Kim *et al.*,(2003) dalam penelitian (Dharmawan and Sulaeman, 2023) ialah komponen utama dari suatu hubungan yang membentuk dan mempertahankan koneksi antara konsumen dan penjual *online*.

##### 3.5.1.2 Variabel Terikat

Variabel dependen ataupun terikat (Y) adalah variabel yang diperhatikan dan diukur bertujuan untuk mengevaluasi dampak yang muncul dari variabel tidak terikat. Keputusan pembelian *online* merupakan variabel terikat dalam kerangka

riset yang akan dilakukan.

Keputusan pembelian menurut Agustina & Hinggo (2023), adalah keputusan akhir yang dibuat oleh seorang pembeli sebelum membeli barang atau jasa dengan mempertimbangkan banyak faktor.

### 3.5.2 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Pendefinisian Konsep	Pendefinisian Operasional	Parameter (indikator)	Skala Ukur
<i>Online Customer Review</i>	(Menurut Banjarnahor et al., 2021), Menyebutkan bahwa <i>Online customer review</i> ialah sumber informasi yang dianggap memiliki kredibilitas dan dapat dipercaya oleh perusahaan untuk membantu konsumen dalam memilih produk.	Dampak <i>Online Customer Review</i> terhadap keputusan pembelian konsumen pada marketplace Shopee	1. Manfaat yang dirasakan 2. kredibilitas sumber 3. kualitas argument 4. Valensi 5. jumlah ulasan	Interval
<i>E-Trust</i>	(Sativa & Astuti, 2019) mengatakan bahwa <i>E-Trust</i> mencerminkan keyakinan konsumen terhadap kualitas dan keandalan yang dipersembahkan oleh produk atau layanan, serta keyakinan mereka dalam hal kepercayaan, integritas, dan etika yang dimiliki oleh perusahaan e-commerce tersebut.	Dampak <i>E-Trust</i> pada keputusan pembelian konsumen pada marketplace Shopee	1. Kemampuan (Ability) 2. Kebaikan hati (Benevolence) 3. Integritas (Integrity)	Interval
Keputusan Pembelian	(Arfah, 2022) mengatakan bahwa keputusan pembelian ialah satu langkah dalam rangkaian proses keputusan pembelian yang terjadi sebelum perilaku pasca pembelian.	Keputusan pembelian konsumen pada marketplace Shopee	1. Seleksi Produk (Product Selection) 2. Pemilihan Merek (Brand Selection) 3. Seleksi Penyedia (Dealer Selection) 4. Waktu Pembelian (Purchase Timing) 5. Jumlah Pembelian (Purchase Quantity) 6. Metode Pembayaran (Payment Method)	Interval

Sumber: Data diolah, 2023

### 3.6 Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian

#### 3.6.1 Pengujian Validitas

Tes validitas adalah evaluasi kecocokan alat penelitian, pengujian keabsahan instrumen penelitian dilakukan perhitungan hubungan antara nilai item dan total skornya ditunjukkan oleh koefisien korelasi. dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau tingkat signifikansi nilai A. yakni 0,05. Instrumen dianggap absah jika nilai substansial atau Sig. korelasi berada dibawah nilai A. yakni 0,05.

1. Uji prosedur :

$H_0$  : Intrumen dinyatakan valid

$H_a$  : Intrumen dinyatakan tidak valid

2. Kriteria pengambilan keputusan :

$H_0$  : Andai nilai signifikansi tidak melebihi besaran dari nilai A. yakni 0,05 lalu intrumen dianggap valid

$H_a$  : Andai nilai signifikansi melebihi besaran dari nilai A. yakni 0,05 lalu intrumen tidak valid.

#### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Keandalan atau reliabilitas merupakan pendanda yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengumpul data dapat dipercaya. Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk mengevaluasi kesesuaian alat ukur dalam memberikan perhitungan yang serupa ketika mengukur peristiwa dan subjek yang serupa. Suatu penelitian dianggap memiliki tingkat keandalan jika data menunjukkan kesamaan pada periode waktu yang berbeda. Instrumen dianggap dapat diandalkan jika, saat digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama, menghasilkan data yang konsisten. Uji reliabilitas kuesioner dapat dilakukan dengan menggunakan metode Alpha Cronbach. Menurut Sugiyono, sebuah konstruk atau variabel dianggap dapat dipercaya jika mencapai nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 (Cronbach Alpha > 0,60). Reliabilitas mencerminkan

stabilitas atau konsistensi, dan suatu alat ukur dianggap andal jika memberikan perolehan nilai yang stabil dan dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini melibatkan pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 20. Selanjutnya, interpretasi dilakukan terhadap nilai indeks korelasi alpha untuk menilai kekuatan keandalan.

Tabel 3 4 **Interpretasi Nilai r**

<b>Perolehan Korelasi</b>	<b>Penjelasan</b>
0,8000 hingga 1,0000	Tingkat Korelasi SangatTinggi
0,6000 hingga 0,7999	Tingkat Korelasi Tinggi
0,4000 hingga 0,5999	Tingkat Sedang
0,2000 hingga 0,3999	Tingkat Rendah
0,0000 hingga 0,1999	Tingkat Sangat Rendah

Sumber: *Sugiono, 2018*

### **3.7 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.7.1 Uji Normalitas**

Pengujian kenormalan digunakan untuk menentukan apakah suatu variabel mengikuti distribusi normal. Distribusi normal mengindikasikan bahwa data memiliki distribusi yang teratur. Uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, dengan kriteria bahwa jika nilai Asymp. Sig melebihi 0,05, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa data yang tercantum mengikuti pengedaran normal. Pengujian normalitas dalam riset yang akan dilakukan oleh penulis yakni dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 20.

#### **3.7.2 Uji Homogenitas**

Pengujian homogenitas digunakan untuk mengevaluasi apakah kedua set data tersebut memiliki keseragaman dengan membandingkan variasi keduanya. Dalam penelitian ini, uji homogenitas dilakukan melalui penggunaan Analisis Varian satu Arah (one-way ANOVA). One way anova ialah analisis yang memanfaatkan data dalam bentuk interval atau rasio. Teknik analisis ini dipakai untuk menilai sampel yang dipasangkan. Di dalamnya, satu sampel diberi



perlakuan sedangkan yang lain tidak, lalu data diolah menggunakan bantuan komputer dan aplikasi SPSS 20. Adapun kriteria pengukurannya yaitu:

1. Andai nilai sig. tidak melebihi 0,05, maka data dari populasi tersebut memiliki varians yang tidak seragam atau heterogen.
2. Andai nilai sig. melebihi 0,05, maka data dari populasi tersebut memiliki varians yang seragam atau homogen.

### **3.7.3 Uji Linearitas**

Uji linieritas adalah metode yang digunakan untuk menilai apakah distribusi nilai data yang diperoleh bersifat linier atau tidak. Tujuan uji linieritas adalah untuk secara signifikan menilai apakah terdapat keterkaitan linier di antara dua variabel. Pengujian ini meneliti apakah variabel X dan variabel Y memiliki dampak yang sejajar atau berlawanan, dan hasilnya menjadi dasar dalam pengambilan keputusan. Kriteria pengukuran linearitas ialah:

1. Jika nilai Sig. Deviasi dari Linearitas (Deviation From Linearity) melebihi 0,05, kemudian dapat disimpulkan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan linear.
2. jika nilai Sig. Deviasi dari Linearitas (Deviation From Linearity) tidak melebihi 0,05, kemudian dapat disimpulkan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat tidak terdapat hubungan linear.

### **3.7.4 Uji Multikoleniaritas**

Multikolinieritas mencerminkan suatu keadaan di mana terdapat keterkaitan linier atau korelasi yang kuat di antara masing-masing variabel independen dalam kerangka model regresi linier berganda. Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengevaluasi apakah ada korelasi yang signifikan antara variabel bebas atau independen dalam suatu model regresi. Suatu model regresi yang optimal seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi yang tinggi di antara variabel independen. Penilaian dapat dilakukan dengan memperhatikan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) pada struktur regresi. Kriteria yang

diambil dalam pengambilan keputusan terkait uji multikolinieritas sejalan dengan penjelasan yang dikemukakan oleh Ghozali (2016):

1. Andai nilai VIF tidak melebihi 10 atau nilai Tolerance lebih tinggi dari 0,01, dapat dianggap bahwa tidak ada multikolinieritas.
2. Sebaliknya, andai nilai VIF melebihi 10 atau nilai Tolerance tidak melebihi 0,01, dapat disimpulkan bahwa terdapat multikolinieritas.

### **3.7.5 Uji Heterokedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menilai apakah terdapat ketidakseragaman varian pada residual di antara pengamatan. Penting untuk memastikan bahwa tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas sebagai syarat dalam model regresi. Salah satu metode deteksi heteroskedastisitas adalah menggunakan uji koefisien korelasi Spearman'rho, yang menghubungkan variabel independen dengan residual. Kriteria pengujian heterokedastisitas (Akila,2017):

1. Jika korelasi antara variabel independen dan residual memiliki nilai sig.  $> 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas.
2. jika korelasi antara variabel independen dan residual memiliki nilai sig.  $< 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah heteroskedastisitas.

### **3.7.6 Uji Auto Korelasi**

Uji autokorelasi digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi antara suatu periode tertentu (t) dengan periode sebelumnya. Dalam konteks analisis regresi, tujuan utamanya adalah untuk menilai pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Oleh karena itu, sangat penting untuk memastikan bahwa tidak ada korelasi antara observasi pada suatu waktu dengan data observasi pada waktu sebelumnya. Uji Durbin-Watson (DW) dapat digunakan untuk mendeteksi autokorelasi, di mana nilai DW dibandingkan dengan nilai d-tabel untuk evaluasi. Hasil perbandingan akan menghasilkan kesimpulan seperti kriteria sebagai berikut:

1. Andai nilai  $d$  tidak melebihi nilai  $d_l$ , mengindikasikan adanya autokorelasi positif.
2. Andai nilai  $d$  melebihi nilai  $(4 - d_l)$ , menuandakan adanya autokorelasi negatif.
3. Andai nilai  $d_u$  tidak melebihi  $d$  dan tidak melebihi nilai  $(4 - d_l)$ , menunjukkan bahwa terjadi non autokorelasi.
4. Andai nilai  $d_l$  tidak melebihi nilai  $d$  dan tidak melebihi nilai  $d_u$  atau  $(4 - d_u)$ , maka kesimpulan tidak dapat diambil.

### 3.8 Teknik Atau Alat Analisis Data

#### 3.8.1 Regresi Linear Berganda

Variabel bebas yang digunakan lebih dari satu variabel yaitu variabel *online customer review* dan *e-trust* yang memengaruhi variabel terikat yakni keputusan pembelian *online* produk pakaian. Oleh karena itu, metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS versi 20. Persamaan umum regresi linier berganda yang diterapkan dalam riset yang akan dilakukan oleh penulis yakni:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + E$$

Keterangan :

Y	= Keputusan Pembelian
a	= Tetapan
B <sub>1</sub> , B <sub>2</sub> ,	= Koefisien regresi parsial
X <sub>1</sub>	= <i>Online Review Customer</i>
X <sub>2</sub>	= <i>E-Trust</i>
E	= Kesalahan atau residu dari model

### 3.9 Pengujian Hipotesis

#### 3.9.1 Uji Parsial (Uji-t)

Pengujian secara parsial (t) digunakan untuk mengevaluasi dampak individual dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya.

#### **Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Online**

$H_0$ : *Online customer review* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan atas keputusan pembelian *online*

$H_a$ : *Online customer review* berpengaruh secara positif dan signifikan atas keputusan pembelian *online*

Kualifikasi pengujian :

Menganalisis dan mencocokkan kemungkinan peluang Sig. dengan nilai A. 0,05 dapat dilakukan dengan pedoman yakni seperti yang tertera dibawah:

1. Jika nilai Signifikansi tidak melebihi 0,05, kemudian hipotesis nol atau  $H_0$  tidak dapat diterima
2. Jika nilai Signifikansi melebihi 0,05, kemudian hipotesis nol atau  $H_0$  dapat diterima
3. Menarik kesimpulan juga merumuskan hasil dari tes dugaan atau hipotesis.

#### **Pengaruh *E-Trust* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen**

$H_0$ : Kepercayaan elektronik tidak berpengaruh secara positif juga signifikan atas keputusan pembelian *online*

$H_a$ : *E-trust* berpengaruh secara positif juga signifikan atas keputusan pembelian *online*

Kriteria pengujian :

Menganalisis dan memadankan kemungkinan peluang Sig. dengan nilai  $\alpha$ . 0,05 dapat dilakukan melalui perpadanan seperti yang tertera:

1. Jika nilai Signifikansi tidak melebihi 0,05 lantas  $H_0$  tidak dapat diterima
2. Jika nilai Signifikansi melebihi 0,05 lantas  $H_0$  dapat diterima.
3. Menarik kesimpulan kemudian merumuskan perolehan dari tes dugaan atau hipotesis.

### 3.9.2 Uji Simultan (Uji- f)

Pengujian secara simultan (f), juga dikenal sebagai tes secara serempak atau uji model, digunakan guna mengevaluasi dampak bersama-sama dari semua variabel independen terhadap variabel dependennya.

#### **Pengaruh *Online Customer Review* Dan *E-Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Online**

$H_0$ : *Online customer review* juga *e-trust* tidak memiliki pengaruh yang positif juga signifikan atas keputusan pembelian *online*.

$H_a$ : *Online customer review* juga *e-trust* tidak memiliki pengaruh atas keputusan pembelian *online*

Kriteria pengujian :

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas sig. dengan nilai  $\alpha$  (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai Signifikansi tidak melebihi 0,05 lantas  $H_0$  tidak dapat diterima
2. Jika nilai Signifikansi melebihi 0,05 lantas  $H_0$  dapat diterima.
3. Menarik kesimpulan kemudian merumuskan perolehan dari tes dugaan atau hipotesis.