

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan strategi penelitian deskriptif. Menurut Rukajat, (2018) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha menggambarkan fenomena yang terjadi secara realistik, nyata dan kekinian, karena penelitian ini terdiri dari membuat uraian, gambar atau lukisan secara sistematis, faktual dan tepat mengenai fakta, ciri dan hubungan antara fenomena yang dipelajari.

Menurut Purba et al., (2021) Penelitian deskriptif adalah pengumpulan data untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan tentang status terakhir subjek penelitian, yang merupakan metode penelitian faktual tentang status sekelompok orang, suatu objek, suatu keadaan, sistem pemikiran atau peristiwa dalam saat ini. dengan interpretasi yang benar.

Menurut Adiputra et al., (2021) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena yang ada, yaitu fenomena alam atau fenomena buatan manusia, atau yang digunakan untuk menganalisis atau mendeskripsikan hasil subjek, tetapi tidak dimaksudkan untuk memberikan implikasi yang lebih luas. Penelitian deskriptif muncul karena begitu banyak pertanyaan yang muncul mengenai masalah kesehatan seperti mortalitas, morbiditas, terutama mengenai besarnya masalah, luasnya masalah, dan pentingnya masalah tersebut.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Dengan menggunakan metode penelitian ini akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

#### **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 sekunder. Menurut Hasan (2002: 58) data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari *dataset* yaitu dari jumlah *upload*, *subscriber* dan *video views* terhadap jumlah pengunjung 50 *e-commerce* di Indonesia. Berikut tabel *e-commerce* bersumber <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> yang di modifikasi oleh peneliti dengan alasan beberapa tidak memiliki *channel youtube*.

**Tabel 3.1 Daftar *E-commerce* di modifikasi peneliti**

No	Sebelum	Sesudah	No	Sebelum	Sesudah
1	Shopee	-	26	Sephora	Uniqlo
2	Tokopedia	-	27	Plazakamera	-
3	Bukalapak	-	28	My Hartono	-
4	Lazada	-	29	Mothercare	-
5	Bibli	-	30	Berrybenka	H & M
6	Orami	-	31	Bobobobo	Agoda
7	Bhinneka	-	32	Bro do	-
8	Rajali	Traveloka	33	Sorabel	Tix.id
9	JD ID	-	34	Electronic city	-
10	Sociola	-	35	Qoo10	Cgv
11	Zolora	-	36	Hijup	-
12	Matahari	-	37	Pemmmz	-
13	Alfcard	Alfagift	38	Dinimarket	Klik Indomaret
14	Fabello	KAI	39	Hijabenka	Halodoc
15	Jakarta Notebook	-	40	Tees	Mbizmarket
16	Elevenia	-	41	Muslimarket	OLX

No	Sebelum	Sesudah	No	Sebelum	Sesudah
17	Jakmall	-	42	Blanja	Miniso
18	Laku6	Tiket.com	43	Monotaro.id	-
19	ilotte	istyle	44	Sophie Paris	Super indo
20	Aliexpress	XXI	45	Mamaway	Indo grosir
21	Jam Tangan	-	46	Bukupedia	Fly Garuda
22	Otten Coffe	Ottre Coffe	47	Maskoolin	Citilink
23	Mapemal	MapClup	48	8Wood	Matahari
24	Asmaraku	-	49	VIP Plaza	IKEA
25	Orori	Redbus	50	Weshop	Informa

### 3.3. Metode Pengumpulan data

Tahapan ini menjadi bagian paling utama karena tujuannya yakni memperoleh data (Sugiyono, 2014b, hlm. 224). Metode pengumpulan data berikut yang digunakan dalam penelitian ini adalah dataset statistik yang didapatkan dari :

#### a. Social Blade

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel yaitu variabel *Jumlah Upload*, *Subscriber* dan *Jumlah views*. Untuk mendapatkan data-data tersebut maka dalam penelitian ini menggunakan situs *social blade* agar mendapatkan data jumlah upload, subscriber dan *video views* dengan cara memasukkan alamat youtube dari tabel *channel youtube 50 e-commerce di indonesia* di kolom pencarian *website Social Blade*.

#### b. Similar Web

Dalam penelitian ini untuk mengetahui jumlah pengunjung pada 50 *marketplace* di indonesia maka peneliti menggunakan *similarweb*. Dengan menggunakan *Similarweb*, dapat memahami dari mana *traffic website* berasal, berapa lama pengunjung bertahan di situs, halaman mana yang paling populer, dan banyak lainnya. Selain itu, *Similarweb* juga mengumpulkan data dari

berbagai sumber, termasuk panel *audiens*, *internet service provider*, dan data langsung dari *website* untuk memastikan keakuratan dan kedalaman informasi yang disediakan.

### **3.4. Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1. Populasi**

Menurut (Sugiyono, 2010) populasi dapat didefinisikan sebagai suatu domain generalisasi yang mencakup obyek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik khusus yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diinvestigasi dan kemudian diambil kesimpulannya. Berdasarkan data *Asosiasi E-commerce Indonesia* populasi dari penelitian ini yaitu terdapat 100 + *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2023.

#### **3.4.2. Sampel**

Menurut (Sugiyono, 2010) sampel adalah sebagian dari keseluruhan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Oleh karena itu, pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sampling jenuh. “Metode sampling jenuh atau istilah lainnya sensus merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel” (Sugiyono, 2008:122). Berdasarkan teknik pengambilan sampel tersebut, diperoleh jumlah sampel ( $n$ ) dari peneliti yaitu sebanyak 50 sampel.

### **3.5 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian**

#### **3.5.1 Variabel Penelitian Independen**

Variabel Independen adalah faktor pemicu yang memiliki pengaruh terhadap perubahan dan munculnya variabel dependen. Variabel ini merupakan yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan dengan suatu gejala yang akan diteliti. Dalam penelitian ini variabel Independen adalah *Jumlah Upload*(X1), *Subscribe*(X2), dan *Video Views* (X3).

#### **3.5.2 Variabel Penelitian Dependen**

Variabel *Dependen* adalah variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel *Independen*. Dalam

penelitian ini variabel *Dependen* adalah jumlah pengunjung *e-commerce* di indonesia (Y).

### 3.5.3 Definisi Oprasional Variabel

Tabel 3. 1 Tabel Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional
Jumlah <i>Upload</i> (X1)	Jumlah <i>upload</i> adalah jumlah proses mengirimkan dan memindahkan data dari perangkat lokal, seperti komputer atau ponsel cerdas, ke server atau platform media sosial yang akan menyimpan dan mengelola konten tersebut.
<i>Subscriber</i> (X2)	Subscribe merupakan istilah yang digunakan kepada khalayak yang mengikuti <i>youtube</i> channel seseorang, biasanya <i>subscriber</i> digunakan untuk mendapatkan notifikasi atau update video terbaru dari unggahan akun <i>youtube</i> tertentu. <i>Subscriber</i> merupakan fasilitas berlanggan.
<i>Vidio Views</i> (X3)	<i>Views</i> pada media sosial adalah sebutan sebuah fitur yang menunjukkan jumlah penonton yang menonton sebuah konten. Sementara itu, sebutan <i>viewer</i> digunakan untuk penyebutan orang yang menonton konten
Jumlah Pengunjung ( Y)	Jumlah Pengunjung adalah jumlah diukur dengan seberapa banyaknya orang yang melihat produk tersebut di

	<p>toko <i>online</i>, semakin banyak jumlah Jumlah pengunjung maka semakin dikenalnya produk tersebut di mata mata masyarakat.</p>
--	---

### 3.6. Uji Asumsi Klasik

Persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS) adalah uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan 3 uji, meliputi uji normalitas, uji lineritas, uji heterokedastisitas dan uji multikolinieritas.

#### 3.6.1 Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji normalitas adalah satu dari uji asumsi klasik yang digunakan untuk menguji variabel terikat dengan variabel bebas, apakah keduanya berdistribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas terdapat beberapa uji yang dapat dilakukan yaitu dengan: uji histogram, uji normal P-P Plot, uji *Skewness*, dan Kurtosis, Uji *Jarque Berra*, Uji *Shapiro-Wilk*, dan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Rumus yang digunakan dalam Uji normalitas ini dalam penelitian ini adalah rumus *Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan data:

1. Jika signifikan  $< \alpha = 0,05$  berarti data yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal
2. Jika signifikan  $> \alpha = 0,05$  maka berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara data yang akan diuji dengan data normal baku.

#### 3.6.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas mengidentifikasi apakah variabel independen dalam model regresi memiliki hubungan yang linier yang sempurna atau hampir sempurna. Uji ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi (Ghozali, 2018). Ada atau tidaknya multikolinearitas dapat diketahui dari koefisien korelasi dari masing-masing variabel independen. Alat statistik yang sering dipergunakan untuk menguji

gangguan multikolinearitas adalah dengan *variance inflation factor (VIF)* (Ghozali, 2018). Pengujian dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* pada model regresi.

Kriteria pengambilan keputusan terkait uji multikolinearitas adalah sebagai berikut (Ghozali, 2018) :

1. Jika nilai  $VIF < 10$  atau nilai *Tolerance*  $> 0,1$ , maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai  $VIF > 10$  atau nilai *Tolerance*  $< 0,1$ , maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

### 3.6.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji ada tidaknya ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi (Ghozali, 2018). Regresi yang baik itu tidak terjadi heterokedastisitas. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji heteroskedastisitas melalui nilai *Cramér-von Mises p value*. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi antara variabel *independen* dengan absolut residual  $> 0,05$  maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi antara variabel *independen* dengan absolut residual  $< 0,05$  maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. (Purnomo, 2016).

## 3.7 Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik statistik deskriptif dan inferensial. Statistik deskriptif digunakan untuk merangkum dan menggambarkan karakteristik utama dari data. Analisis inferensial berupa regresi linier, digunakan untuk menganalisis hubungan antara jumlah *upload*, *subscriber* dan *video views* terhadap jumlah pengunjung *marketplace* di Indonesia.

### 3.7.1 Regresion

Menurut (Purnomo, 2016) analisis regresion digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara 2 atau lebih variabel *independen* dengan 1 variabel *dependen*. Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari

satu variabel *independen* yaitu *jumlah upload* ( $X_2$ ) dan *Subscriber* ( $X_2$ ), dan *Video Views*. Variabel *dependen* yaitu *jumlah upload* ( $Y$ ), maka dalam penelitian ini menggunakan model regresi dengan menggunakan *Smart Pls*.

### 3.8 Pengujian Hipotesis

#### 3.8.1 Uji Parsial (Uji-t)

Menurut Ghozali (2018) Uji - t dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang akan diajukan pada penelitian ini. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung, proses uji t identik dengan uji F (dilihat perhitungan uji t pada smart pls melihat nilai regresi summary coefficients).

#### 1. Dampak *jumlah upload* ( $X_1$ ) terhadap *jumlah pengunjung e-commerce di indonesia* ( $Y$ )

Ho: *Jumlah upload* ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap *jumlah pengunjung e-commerce di indonesia* ( $Y$ )

Ha: *Jumlah upload* ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap *jumlah pengunjung e-commerce di indonesia* ( $Y$ )

Kriteria Pengujian dilakukan dengan cara:

a. Jika nilai t hitung < t tabel, maka Ho diterima

Jika nilai t hitung > t tabel, maka Ho ditolak.

b. Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima.

Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak.

#### 2. Dampak *Subscriber* ( $X_2$ ) terhadap *jumlah pengunjung e-commerce di indonesia* ( $Y$ )

Ho: *Subscriber* ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap *jumlah pengunjung e-commerce di indonesia* ( $Y$ )

Ha: *Subscriber* ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap *jumlah pengunjung e-commerce di indonesia* ( $Y$ )

Kriteria Pengujian dilakukan dengan cara:

a. Jika nilai t hitung < t tabel, maka Ho diterima

Jika nilai t hitung > t tabel, maka Ho ditolak.

b. Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima.

Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak.

### **3. Dampak *Video Views* (X<sub>3</sub>) Terhadap jumlah pengunjung *e-commerce* di indonesia (Y)**

Ho: *Video views* (X<sub>2</sub>) tidak berpengaruh terhadap jumlah pengunjung *marketplace* di indonesia (Y)

Ha: *Video views* (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap jumlah pengunjung *marketplace* di indonesia (Y)

Kriteria Pengujian dilakukan dengan cara:

a. Jika nilai t hitung < t tabel, maka Ho diterima

Jika nilai t hitung > t tabel, maka Ho ditolak.

b. Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima.

Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak.