

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Sugiyono (2015) Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. 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 Pengaruh Customer Online Review, Customer Online Ranting dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop.

3.2 Sumber Data

Sumber data didalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Oleh karenanya, sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data (Purhantara, 2021). Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah sumber data yang langsung diperoleh dari objek penelitian yang berupa kuisisioner yang akan dibagikan oleh peneliti kepada responden.

3.3 Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data yaitu pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian (Sugiyono, 2016). Metode yang digunakan peneliti yaitu melakukan survei dengan menggunakan kuesioner atau angket untuk mengumpulkan data. Kuesioner ini akan dibagikan kepada pengguna Tiktok Shop.

Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert

Penilaian	Nilai	Skala
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Likert
Tidak Setuju (TS)	2	Likert
Cukup Setuju (CS)	3	Likert
Setuju (S)	4	Likert
Sangat Setuju (SS)	5	Likert

Sumber : Sugiyono (2016)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2015) mengatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang memiliki kualitas tertentu yang dipelajari dalam penelitian dan kemudian diambil kesimpulan dari penelitian tersebut. Dalam penelitian ini, populasi yang dipilih adalah semua pelanggan yang pernah membeli sesuatu di Tiktok Shop Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2015) menganggap bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti atau diamati dapat digambarkan sebagai keadaan atau karakteristik populasi. Pengguna Tiktok Shop di Bandar Lampung adalah sampel penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel purposive nonprobability. Kriteria pengambilan sampel ditetapkan oleh peneliti. Peneliti menetapkan kriteria berikut :

Tabel 3.2 Kriteria sampel

No	Kriteria sampel penelitian
1	Konsumen yang pernah melakukan pembelian di Tiktok Shop
2	Konsumen yang terlebih dahulu memperhatikan Online cutomer review dan rating sebelum melakukan pembelian di Tiktok Shop
3	Konsumen yang berdomisili di wilayah Bandar Lampung

Sumber : Data yang diolah (2024)

Sampel ini adalah pengguna Tiktok Shop yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Hair dalam Ridwan (2019) menyarankan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel karena jumlah populasi yang menggunakan Tiktok Shop di Bandar Lampung tidak diketahui. Maka jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5–10, karena dalam penelitian ini ada 14 indikator. Oleh karena itu, hasil perhitungan sampel adalah $14 \text{ kali } 9 = 126$ dibulatkan menjadi 130 responden.

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2022), variabel penelitian adalah sifat, atribut, atau nilai dari kegiatan, orang, atau objek yang memiliki variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari.

3.5.1 Variabel Independen (X)

Variable Independen (X) adalah variabel yang berdampak pada variable dependen atau variable terikat. Menurut Sugiyono (2019), variabel independen adalah variabilitas yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel dependen.

3.5.2 Variabel Dependen (Y)

Sugiyono (2020) menyatakan bahwa variabel dependen terdiri dari: variabel output, kriteria, konsekuen, atau variabel terikat. Dalam bahasa Indonesia, variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat dari adanya variabel bebas.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dapat berupa variabel yang akan dinyatakan dalam definisi konsep, secara operasional, praktis, secara nyata pada interval ruang lingkup item analisis atau objek yang diteliti. Secara operasional, setiap variabel dapat diukur melalui indikator Berikut.

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel

variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator
Customer Oline Review (X1)	Customer Online Review menurut Agustyan & Baehaqi), Online Customer Review adalah sebuah feedback dan rekomendasi dari pembeli yang telah merasakan keuntungan atas	Online customer review merupakan salah satu bentuk dari Word of Mouth pada penjualan online, dimana calon pembeli mendapatkan informasi tentang suatu produk dari pelanggan yang sudah mendapatkan manfaat dari produk tersebut.	1. Kesadaran 2. Frekuensi 3. Perbandingan 4. Efek

	<p>produk dan jasa, sehingga memunculkan minat beli pada konsumen.</p>		
<p>Customer Online Ranting (X2)</p>	<p>Customer Online Rating menurut Arifin et al. (2023), adalah nilai yang diberikan oleh para pelanggan sebagai panduan untuk mengevaluasi kepuasan mereka terhadap pengalaman berbelanja</p>	<p>rating merupakan sebuah fitur review untuk pelanggan dalam bentuk bintang. Semakin banyak bintang yang diberikan oleh pelanggan maka semakin baik.</p>	<p>1. Manfaat yang dirasakan oleh calon konsumen</p> <p>2. Kepercayaan yang didapat setelah melihat rating dari konsumen</p> <p>3. Kenikmatan yang dapat dirasakan konsumen dengan adanya rating</p>

Harga (X3)	Menurut penelitian Melati dan Dwijayanti, (2020), Harga merupakan jumlah nilai termasuk barang dan layanan yang ditawarkan guna pengganti benda	Harga (price) adalah kuantitas dana yang ditanggungkan atas produk tertentu, atau kuantitas value yang dipertukarkan customer guna mendapatkan benefit dari kepemilikan dan penggunaan suatu produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat dan harga dapat mempengaruhi Keputusan konsumen
Keputusan pembelian (Y)	Menurut Kotler &Amstrong (2014), Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk	keputusan konsumen untuk memutuskan membeli atau mengkonsumsi produk tertentu akan diawali oleh langkah- langkah yaitu pengenalan kebutuhan, waktu, dan perubahan situasi, pemilihan produk, konsumsi produk, perbedaan individu, pengaruh pemasaran, pencarian informasi,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternative

dari sekian banyak keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana Konsumen benar-benar membeli	pencarian internal, dan pencarian eksternal. Dalam keputusan membeli barang konsumen seringkali ada lebih dari dua pihak yang terlibat dalam proses pertukaran atau pembeliannya	
--	--	--

Sumber: Data Diolah 2024

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Sugiyono (2015) 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 $\alpha = 0,05$. Instrumen dikatakan valid mempunyai nilai signifikansi korelasi \geq dari 95% atau $\alpha = 0,05$.

1. Prosedur pengujian :

Ho : Instrumen valid

Ha : Instrumen tidak valid

2. 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

Sugiyono (2015) Reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat diandalkan untuk digunakan sebagai alat pengumpul data untuk menunjukkan tingkat keterandalan. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa konsisten alat ukur dapat menghasilkan hasil yang sama untuk hal dan subjek yang sama. Hasil penelitian dianggap reliabel jika terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, sedangkan instrumen yang reliabel berarti bahwa jika instrumen yang sama digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan hasil yang sama. Uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode Alpha Cronbach mengatakan bahwa instrumen tersebut konsisten. Uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan pengolahan data menggunakan program SPSS. Selanjutnya, besarnya nilai indeks korelasi r alpha ditafsirkan.

Tabel 3.4 Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Sugiono (2015)

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Rambat Lupioadi (2015) Uji Normalitas adalah uji distribusi data yang akan dianalisis untuk menentukan apakah distribusinya normal atau tidak. Dengan demikian, ini dapat digunakan dalam analisis parametric. Uji ini digunakan untuk menentukan apakah jumlah sampel yang diambil benar-benar representatif, sehingga kesimpulan penelitian dapat dipertanggung jawabkan.

Prosedur Pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

H1 : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila Sig < 0.05 maka Ho ditolak (distribusi sample tidak normal)

Apabila Sig > 0.05 maka Ho diterima (distribusi sample normal)

3.8.2 Uji Linieritas Sampel

Rambat Lupioadi (2015) 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 27 dengan melihat table Anova atau sering disebut Test for Linearity.

1. Rumusan Hipotesis

Ho = Model regresi berbentuk linear.

H1 = Model regresi tidak berbentuk linear.

2. Kriteria Pengujian

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

Jika probabilitas (Sig) < 0,05 maka Ho ditola

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Rambat Lupioadi (2015) Multikolinieritas diperlukan untuk menentukan apakah ada variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lain dalam model. Seharusnya tidak ada korelasi di antara variabel bebas, ada model regresi yang baik. Toleransi nilai atau variabel inflasi faktor (VIF) adalah cara untuk mengetahui apakah ada multikolinieritas. Jika nilai toleransi lebih besar dari 0,1 atau VIF kurang dari 10, maka multikolinieritas tidak ada.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikolinieritas.
Jika nilai VIF ≤ 10 maka tidak ada gejala multikolinieritas.
2. Jika nilai tolerance $< 0,1$ maka ada gejala multikolinieritas.
Jika nilai tolerance $> 0,1$ maka tidak ada gejala multikolinieritas.
3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS
4. Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) $> 0,1$ maka variable X multikolinieritas atau tidak multikolinieritas.

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan antara lebih dari dua variabel. Baik variabel dependent maupun beberapa variabel independen dihitung dengan metode ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara customer online review, customer online rating, dan harga terhadap keputusan pembelian di TikTok Shop pada masyarakat Kota Bandar Lampung. Berikut ini adalah persamaan regresi linier berganda yang umum:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan : Y = Variabel Dependent (Keputusan Pembelian)

a = Nilai Konstanta

$b_{1,2,3}$ = Koefisien Regresi 1,2 dan 3

X1 = Online Customer Review

X2 = Online Customer Rating

X3 = Harga

e = error

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji Parsial (Uji t)

Pada dasarnya, Uji t menunjukkan bagaimana pengaruh satu variabel independent dengan cara individual dengan menjelaskan variasi dari variabel dependent. Pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent diukur melalui uji parsial (Ghozali, 2016). Untuk penelitian ini, uji t digunakan dengan tingkat signifikansi 5%, dengan ketentuan berikut,:

1. Jika nilai signifikan < 0.05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya pengaruhnya signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependent.
2. Jika nilai signifikan $> 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya tidak memiliki pengaruh yang signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependent.

3.10.2 Uji Simultan (Uji F)

Dalam uji simultan ini dapat menunjukkan apakah seluruh variabel independent yang memakai model regresi memiliki pengaruh yang bersama-sama terhadap variabel dependent untuk pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak dengan perbandingan tingkat signifikan 0,05. Berikut merupakan penjelasannya :

1. Jika nilai signifikan $< 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga, variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent.
2. Jika nilai signifikan $> 0,05$ dan $F_{hitung} < F_{tabel}$ sehingga, seluruh variabel independent tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependent.