

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif dan melalui pendekatan asosiatif kausalitas. Metode kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka. Menurut (Hasan, 2017) penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel (X) mempengaruhi variabel lain (Y). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh dari *Online customer review* Dan *Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Marketplace* Shopee di Lampung *Beauty*.

#### **3.2 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian secara khusus (Sugiono, 2017). Jenis data primer yang digunakan adalah kuesioner tertutup dibagikan secara *online*. Data sekunder adalah data yang sudah diolah untuk kepentingan tertentu oleh pihak tertentu (Umi Narimawati:2019). Data sekunder yang didapatkan oleh peneliti yaitu data yang berbentuk artikel.

#### **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 konsumen Lampung *Beauty* pada *marketplace* Shopee.

**Tabel 3.1 Instrument Skala Interval**

Penelitian	Skor	Skala
Sangat Setuju (SS)	5	Skala Interval
Setuju (S)	4	
Netral (N)	3	
Tidak Setuju (TS)	2	
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	

Sumber : Sugiyono 2017

### 3.4 Populasi dan Sample

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah bagian yang terdiri dari objek dan subjek yang memiliki kualitas dan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016:80). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di provinsi Lampung di toko Lampung *Beauty* melalui *marketplace* shopee pada bulan oktober sampai dengan desember 2021 dengan jumlah 232 konsumen.

#### 3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2016:81) sampel adalah unsur jumlah dan sifat yang dimiliki oleh populasi adalah suatu unsur dari populasi yang akan diteliti dan yang diperhitungkan untuk siap menggambarkan populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam analisis ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dimana pengambilan sampel didasarkan pada kriteria tertentu yang ditentukan oleh peneliti. standar yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Kriteria pengambilan sample penelitian**

No	Kriteria sample penelitian
1	Konsumen yang pernah melakukan pembelian minimal 2 kali di Lampung <i>Beauty</i> melalui <i>marketplace</i> shopee.
2	Konsumen yang terlebih dahulu memperhatikan Online cutomer review dan rating sebelum melakukan pembelian di <i>marketplace</i> shopee.
3	Berusia 17 – 40 tahun dengan asumsi responden sudah dewasa dan dapat mandiri dalam memberikan jawaban.

Hasil perhitungan besarnya sampel dengan rumus slovin menggunakan *margin error* 5% yaitu sebagai berikut :

$$n = \left[ \frac{N}{1 + Ne^2} \right]$$

**Keterangan :**

N : ukuran populasi

n : banyaknya sample

e : persi (batas kesalahan)

Berikut adalah hasil perhitungan sampel berdasarkan data konsumen Lampung *Beauty* pada aplikasi Shopee yang di bulan Oktober sampai dengan Desember 2021 yaitu 232 konsumen.

$$n = \left[ \frac{232}{1 + 232 \cdot 0,05^2} \right]$$

$$n = \left[ \frac{232}{1 + 232 \cdot 0,0025} \right]$$

$$n = \left[ \frac{232}{1 + 0,58} \right]$$

$$n = \left[ \frac{232}{1,58} \right]$$

$$n = 146,83544$$

Maka menghasilkan nilai 146.83533 dibulatkan maka menjadi 147 responden.

### 3.5 Variabel Penelitian

Variabel analisis sebagian besar merupakan faktor dalam bentuk apapun yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh data mengenainya, kemudian ditarik kesimpulan.

#### 3.5.1 Variabel Independen

Variabel (X) dapat berupa variabel yang mempengaruhi atau menjadi penjelasan atas perubahan atau munculnya variabel terikat selama dalam penelitian ini, variabel bebasnya adalah *Online customer review* dan *rating*.

#### 1.5.2 Variabel Dependen

Variabel (Y) dapat berupa variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas, selama penelitian ini variabel terikatnya adalah keputusan pembelian.

### 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**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Konsep</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<b>Online customer review (X1)</b>	Putri (2016) <i>Online customer review</i> pendapat yang diberikan oleh konsumen pada toko sebagai informasi bagi konsumen lainnya dan sebagai bahan evaluasi bagi <i>onlineshop</i>	Fitur <i>online customer review</i> merupakan fitur penilaian untuk konsumen setelah membeli dan menggunakan produk dari toko tersebut.	1. Manfaat yang dirasakan 2. Kredibilitas sumber 3. Kualitas argument 4. valensi  Putri (2016)	<i>Interval</i>
<b>Rating (X2)</b>	Nana (2018) <i>Rating</i> merupakan tipe lain dari opini yang diberikan oleh konsumen dan menjadi bahan evaluasi rata-rata dari konsumen yang memberi <i>rating</i> terhadap perbedaan fitur dari produk ataupun <i>service</i> penjual	<i>Rating</i> merupakan fitur yang disediakan oleh <i>marketplace</i> shopee untuk konsumen yang digunakan untuk penilaian terhadap suatu produk dalam bentuk bintang dengan skala satu sampai 5. Semakin banyak <i>rating</i> diberikan maka akan semakin baik.	1. kredibel 2. Keahlian 3. Menyenangkan  Nana Septi Nur Megawati (2018)	<i>Interval</i>

Keputusan Pembelian (Y)	Buchari Alma (2014)Keputusan pembelian konsumen merupakan kegiatan dari perorangan, rumah tangga yang membeli suatu barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.	Merupakan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap suatu produk melalui berbagai macam pertimbangan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan kebutuhan</li> <li>2. Pencarian informasi</li> <li>3. Pengalaman masa lalu</li> <li>4. Evaluasi alternatif</li> <li>5. Keputusan pembelian</li> <li>6. Perilaku psca pembelian</li> </ol> <p>Buchari Alma (2014)</p>	<i>Interval</i>
-------------------------	---	--	---	-----------------

### 3.7 Metode Analisis Data

Analisis data didalam penelitian ini yaitu menggunakan *Partial Least Square* (PLS). PLS yaitu model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. SEM dan PLS merupakan suatu teknik alternative pada analisis SEM dimana data yang digunakan tidak harus berdistribusi normal multivariate (Oda et al., 2014). Selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, PLS juga dapat dipergunakan untuk menjelaskan ada dan tidaknya hubungan antar variabel laten. PLS dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif dan formatif.

Menurut Ghozali (2006) tujuan PLS yaitu dapat membantu peneliti untuk tujuan memprediksi model formalnya mendefinisikan variabel laten yaitu *linear agregat* dari indikator-indikatornya. *Weight estimate* adalah untuk menciptakan komponen skor variabel laten yang didapat berdasarkan bagaimana *inner* model (model struktural yang menghubungkan antar variabel laten) dan *outer* model (model pengukuran yaitu hubungan antara indikator dengan konstraknya) dispesifikasi hasilnya adalah *residual variance* dari variabel dependen.

#### 3.7.1 Model Pengukuran Atau *Outer* Model

*Convergent validity* dari model pengukuran dengan model reflektif indikator dinilai berdasarkan dari korelasi antara *item score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif dinyatakan tinggi jika berkorelasi > 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,5 sampai dengan 0,60

sudah dianggap cukup (Chin, 1998 dalam Ghozali 2006). *Discriminant validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi dengan item pengukuran lebih besar dari ada ukuran konstruk lainnya, maka akan menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik dari pada ukuran konstruk lainnya, maka akan menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik dari pada ukuran blok lainnya.

### **3.7.2 Model Structural (Inner Model)**

*Inner model (inner relation, structural model dan substantive theory)* yaitu menggambarkan tentang hubungan antara variabel laten berdasarkan dengan teori substantif. Model *struktural* dievaluasi dengan menggunakan *R-Square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji *t* serta signifikansi dari koefisien parameter jalur *struktural*.

Untuk menilai model dengan PLS dimulai dari melihat *R-Square* dalam setiap variabel laten dependen. Interpretasinya akan sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh dari variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah memiliki pengaruh substantif (Ghozali, 2006). Di samping melihat nilai *R-square*, model PLS juga dievaluasi dengan melihat *Q-square* prediktif relevansi untuk model konstruktif. *Q-square* yaitu untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameteranya.

### **3.7.3 Pengujian Hipotesis**

Ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat digunakan untuk perbandingan nilai *T-table* dan *T-statistic*. Jika *T-statistic* melebihi nilai *T-tabel* maka dapat dipahami bahwa hipotesis diterima (Suharyadi dan Purwato, 2015). selama penelitian ini tingkat keberanian adalah 95% (95% alpha), maka nilai *t-tabel* untuk hipotesis satu sisi adalah 1,645 untuk dua ekor dengan nilai *t-tabel* 1,960.

### 3.7.4 Langkah - Langkah Analisis SEM

Langkah - langkah melakukan analisis SEM, menurut Sugiyono (2011:335) adalah sebagai berikut :

#### 1. Pengembangan model berbasis teori

Ada dua prinsip dasar dalam SEM, yaitu :

- 1) untuk menganalisis hubungan kausal antara variabel dependen dan independen
- 2) untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator variabel laten. Kegiatan dalam langkah pertama ini yaitu mengembangkan model hipotetik, yang artinya mengembangkan suatu model berdasarkan kajian teoritik. Selanjutnya model ini diuji berdasarkan data empirik melalui SEM.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dalam mengembangkan permodelan, peneliti diharuskan memiliki wawasan dan landasan teori yang luas dan berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti. Hasil kajian atau eksplorasi terhadap teori yang sudah relevan maka akan membentuk model hipotetik untuk kemudian diverifikasi berdasarkan data empirik dengan menggunakan SEM.

Selain itu untuk verifikasi model hipotetik, SEM juga dapat digunakan untuk membentuk konsep yang baru. Hal ini bisa dilakukan bila landasan teori atau konsep untuk membentuk model tersebut tidak tersedia. Dengan justifikasi empiris SEM maka model dapat menjadi konsep baru. Maka dari itu, dibutuhkan kajian sejumlah penelitian sehingga konsep baru yang dikembangkan menjadi kokoh dan *universal*.



2. Mengkonstruksi diagram jalur untuk hubungan kausal

Diagram jalur sangat berguna untuk melihat hubungan kausal antara variabel eksogen dan endogen. Hubungan kausal antar variabel ini divisualisasikan dalam bentuk gambar sehingga mudah dan jelas untuk dipahami serta lebih menarik. Jika model yang dibuat belum cocok maka dapat dibuat beberapa model untuk diperoleh model yang cocok dengan menggunakan analisis SEM.

3. Mengkonversi diagram jalur ke dalam model struktural dan model pengukuran.

Persamaan yang dibangun dari diagram jalur yang dikonversi terdiri atas:

a. Model structural yaitu menyatakan hubungan kausalitas untuk menguji hipotesis.

b. Model pengukuran yaitu menyatakan hubungan kausalitas antara indikator dengan variabel penelitian ;

**Tabel 3.4**

**Model Persamaan Struktural**

$$\eta \text{ (Keputusan pembelian)} = \gamma_1 \text{ (online customer review)} + \gamma_2 \text{ (rating)}$$

Keterangan:

$\eta$  = Variabel Endogen

$\gamma$  = koefisien pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen

**Alur Penelitian**

1. Memilih matriks input dan estimasi model

Dipenelitian ini matriks input yang digunakan yaitu matriks korelasi. Matriks korelasi digunakan untuk tujuan memperoleh kejelasan tentang pola hubungan kausal antar variabel laten. Dengan matriks ini peneliti dapat melihat 2 hal yaitu :

- a. Jalur-jalur mana yang memiliki efek kausal yang lebih dominan dibandingkan dengan jalur-jalur yang lain
- b. Variabel eksogen yang mana yang efeknya lebih besar terhadap variabel endogen dibandingkan dengan variabel yang lainnya.

2. Menilai identifikasi model *structural*

Di dalam analisis model struktural sering dijumpai adanya permasalahan yaitu pada proses pendugaan parameter. Jika didalam prosesnya *ada un-identified* maka pendugaan parameter akan menemui banyak kendala. Ketidakmampuan model menghasilkan identifikasi yang tepat menyebabkan proses perhitungan menjadi terganggu. Beberapa gejala yang sering muncul akibat adanya ketidaktepatan

Identifikasi ini antara lain yaitu :

- a) Adanya kesalahan standar yang terlalu besar
- b) Matriks informasi yang disajikan tidak sesuai harapan
- c) Matriks yang diperoleh tidak definitif positif
- d) Adanya kesalahan varians yang negatif
- e) Adanya korelasi yang tinggi antar koefisien hasil dugaan ( $>0,9$ )

3. Evaluasi kecocokan model berdasarkan kriteria *goodness-of-fit*

Untuk menganalisis dengan SEM perlu diperhatikan asumsi-asumsi yang berkaitan dengan model dan asumsi-asumsi yang berkaitan dengan pendugaan parameter dan pengujian hipotesis. Asumsi-asumsi yang berkaitan dengan model antara lain :

- a. Semua hubungan antar variabel berbentuk linier

b. Model yang dikembangkan bersifat aditif

Asumsi-asumsi yang berkaitan dengan pendugaan parameter dan pengujian hipotesis antara lain :

a. Pengambilan sampel secara acak

b. Data diharuskan lengkap, artinya tidak ada missing atau kesalahan data

c. Tidak ada data yang aneh (*outliers*)

d. Ukuran sampel minimal yaitu 100

e. Penyebaran data yang bersifat normal

f. Tidak adanya *multikolinieritas*

Pengujian model *struktural* dilakukan untuk mengetahui sejauhmana model hubungan antar variabel yang disusun secara teoritis didukung oleh kenyataan yang ada pada data empiris.

**Tabel 3.5**

**Uji GOF (*goodness-of-fit*)**

<b>Ukuran GOF</b>	<b>Tingkat kecocokan</b>
Statistic ChiSquare ( $\chi^2$ )	Nilai yang kecil $P > 0.05$
NCP interval	Nilai yang kecil interval
RMSEA P (Close fit)	$RMSEA \leq 0,08$ $P \geq 0,05$
ECVI	Nilai yang kecil dan dekat dengan ECVI saturated
AIC	Nilai yang kecil dan dekat dengan AIC saturated

CAIC	Nilai yang kecil dan dekat dengan CAIC saturated
NFI	$NFI \geq 0,90$
NNFI	$NNFI \geq 0,90$
CFI	$CFI \geq 0,90$
IFI	$IFI \geq 0,90$
RFI	$RFI \geq 0,90$
RMR	Standardized RMR $\leq 0,05$
GFI	$GFI \geq 0,90$
AGFI	$AGFI \geq 0,90$

Sumber : Setyo Hari Wijanto (2008:51)

Bila uji kecocokan sudah memenuhi kriteria yang ditentukan maka dapat dikatakan tidak adanya perbedaan antara model teoritis dibandingkan dengan data empiris. Artinya model teoritis telah sesuai dengan data empiris.

#### 4. Interpretasi dan modifikasi model

Merupakan langkah terakhir dari SEM yaitu melakukan interpretasi dimana model yang dihasilkan sudah cukup baik. Interpretasi dilakukan terhadap model struktural yang menggunakan matrik kovarians dan interpretasi terhadap analisis jalur yang menggunakan matriks korelasi. Khusus untuk interpretasi pada analisis jalur yang dilihat antara lain: efek langsung, efek tak langsung, dan efek total.