

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:8) metode penelitian merupakan metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme , digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian asosiatif.

3.2. Sumber Data

Sumber data cenderung pada pengertian dimana (sumbernya) data itu berasal. Peneliti menggunakan data primer, data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti Anwar Sanusi (2017). Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang dibagikan ke responden yang berkaitan dengan online customer review dan ekspektasi konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen shopee.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Menurut Anwar Sanusi (2017:105) kuisisioner adalah pengumpulan data sering tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan (kuisisioner) yang sudah disusun secara cermat terlebih dahulu.

Skala ukur yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Menurut Anwar Sanusi (2017:59) skala likert adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespons pernyataan berkaitan

dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Dalam hal ini, responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap setiap pernyataan. Skala likert lazim menggunakan lima titik dengan label netral pada posisi tengah (ketiga). Untuk menyaring terhadap data tersebut, maka disediakan lima alternatif jawaban dengan masing-masing skor sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju Skor 5

S = Setuju Skor 4

N = Netral Skor 3

TS = Tidak Setuju Skor 2

STS = Sangat Tidak Setuju Skor 1

3.4. Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Suiyono, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang merupakan pelanggan shopee di wilayah Indonesia.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya (Suiyono, 2015).

Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan metode *non-probability sampling*. Metode *non-probability sampling* adalah pengambilan sampel

yang memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono:81). Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yaitu cara pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan – pertimbangan tertentu (Anwar Sanusi, 2017). Dalam penelitian ini, sampelnya adalah konsumen yang suka berbelanja *online* di *marketplace* shopee dengan kriteria yang telah ditentukan. Seperti pelanggan aktif *marketplace* shopee dan melakukan transaksi secara online di *marketplace* shopee minimal 2 kali pembelian. Sampel diambil dengan cara menyebarkan kuisisioner dengan googleform dan disebarakan melalui media sosial.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Hair et al. dimana jumlah sampel ini sama dengan jumlah indikator dikalikan derajat kepercayaan 5 hingga 10. Jumlah total indikator dalam penelitian ini sejumlah 13 indikator. Sehingga jumlah sampel penelitian ini dapat ditentukan dengan perhitungan sebagai berikut: Total indikator x derajat kepercayaan

$$= 13 \text{ indikator} \times 10$$

$$= 130$$

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 130 responden.

3.5. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:38) variabel merupakan atribut atau sifat dan nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dapat ditarik kesimpulannya. Variabel merupakan bagian penting dari suatu penelitian, karena dengan variabel peneliti dapat melakukan pengolahan data yang bertujuan untuk memecahkan masalah penelitian atau menjawab hipotesis penelitian.

3.5.1 Definisi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:61) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari sehingga informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel merupakan aspek yang penting dari suatu penelitian, karena dengan variabel peneliti dapat melakukan pengolahan data yang bertujuan untuk memecahkan masalah penelitian atau menjawab hipotesis penelitian. Variabel independen yang akan diteliti yaitu *online customer review* (X1), ekspektasi konsumen (X2). Variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen (Y) shopee. Variabel-variabel tersebut kemudian di operasionalisasikan berdasarkan indikator- indikator. Adapun untuk penjelasan lanjutan mengenai definisi dan operasional variabel penelitian.

3.6. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen (*online customer review* dan ekspektasi konsumen) sedangkan variabel dependen (keputusan pembelian).

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi kosep	Definisi operasional	Indikator	Skala
<i>Online Customer Review</i>	Menurut Park dan Lee dalam Iskandar Dzulqarnain (2019) sebagai ulasan positif dan negative dari produk yang telah terjual pada <i>online shopping mall</i> .	<i>Online Customer Review</i> merupakan informasi yang dapat dilihat oleh calon konsumen shopee.	Indikator dalam penelitian ini dikembangkan dari penelitian yang dilakukan oleh Latifa P. dan Harimukti W. dalam Iskandar Dzulqarnain (2019). Berikut indikator <i>online customer review</i> yang digunakan: a. <i>Perceived usefulness</i> (manfaat yang dirasakan) b. <i>Source credibility</i> (kredibilitas sumber) c. <i>Argument quality</i> (kualitas argument) d. <i>Valance</i> (valensi) e. <i>Volume of review</i> (jumlah ulasan)	Likert
Ekspektasi Konsumen	Menurut Zeithaml, et al dalam Jasmi Pratiwi dan	Harapan konsumen terhadap suatu produk di toko	1. Kebutuhan pribadi 2. Janji pelayanan secara eksplisit / <i>explicit service</i>	Likert

	Tarmizi Gadeng (2019) ekspektasi konsumen adalah keyakinan konsumen terhadap standar tertentu tentang suatu produk yang akan diterimanya.	online seperti marketplace shopee.	<i>promises</i> 3. Janji pelayanan secara implicit / <i>implicit service promise</i> 4. Pengalaman masa lampau Menurut Zeithmal, et al 2003 dalam Amirul Azhar Iskandar, 2019)	
Keputusan pembelian konsumen	Menurut Sciffman dan Kanuk dalam Iskandar Dzulqarnain (2019) menjelaskan bahwa keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan yang ada, artinya seseorang dapat membuat keputusan haruslah memiliki beberapa alternatif pilihan.	Keputusan individu dalam membeli suatu produk yang ditawarkan oleh marketplace shopee.	Menurut Kotler (2009) indikator keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian adalah : a. Kemantapan pada sebuah produk. b. Kebiasaan dalam membeli produk c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain d. Melakukan pembelian ulang	Likert

3.7. Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut Ghazali and Latan (2012), uji signifikansi dilakukan dengan

membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan *degree of freedom* (df)= $n-2$, hal ini n adalah jumlah sampel dan $\alpha = 0,05$. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif, maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

Untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam satu daftar ikon pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan sig 5%. Jika r tabel $<$ r hitung maka valid. Wiratna Sujaarweni (2019). Uji validitas menggunakan teknik korelasi Product Moment.

Kriteria uji validitas instrumen ini adalah :

Menentukan nilai probabilitas (sig) pada nilai α sebesar 0,05 (5%).

Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka instrumen valid

Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka instrumen tidak valid

3.7.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu Ghazali and Latan (2012). Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama Sugiyono,(2012:177).

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan cara *one Hot* atau pengukuran sekali saja kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain, atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan

fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *cronbach alpa (a)* Ghozali and Latan (2015).

Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu instrumen pengambil data dari suatu penelitian dapat dilakukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6 maka dinyatakan reliabel dan bila kurang dari 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel. Uji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji konsistensi jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner, yang pada akhirnya dapat mengungkap kehandalan suatu alat ukur.

3.8. Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak normal Ghozali, (2016). Dalam penelitian ini pengujian normalitas data dilakukan dengan uji statistik. Uji statistik yang digunakan adalah uji statistik nonparametik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka model regresi memenuhi distribusi normal Ghozali, (2016).

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah metode regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen (Ghozali, 2016). Perasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinieritas. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan nilai Tolerance, jika nilai Tolerance $> 0,10$ atau sama dengan VIF < 10 berarti tidak terjadi multikolinieritas Ghozali, (2016).

3.9. Metode Analisis Data

Mendeskripsikan analisis apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya Anwar Sanusi (2017). Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS (Statistical Program and Service Solution).

3.10. Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linier sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas (Anwar Sanusi (2017)). Persamaan matematis untuk hubungan yang dihipotesiskan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = keputusan pembelian konsumen

a = konstanta

X1 = Online customer review

X2 = Ekspektasi konsumen

β_1 = koefisien regresi X₁

β_2 = Koefisien Regresi X₂

3.11. Uji Koefisien Determinan (R²)

Koefisien Determinan (R²) untuk menunjukkan besarnya kontribusi seluruh variabel independen terhadap variabel dependen Ghazali (2016). Nilai koefisien determinan (R²) adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi

variabel dependen sangat terbatas. Sedangkan, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen Ghozali (2016).

3.12. Uji Hipotesis

3.12.1 Uji t (Parsial)

Uji t untuk melihat signifikansi pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersifat konstan. Untuk pengambilan kesimpulannya dinyatakan dengan melihat nilai signifikansi dan membandingkan dengan taraf kesalahan (signifikansi) yang dipakai, yakni jika nilai probabilitas < nilai *alpha* (α), maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun dasar pengambilan keputusan adalah:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya variabel bebas (X) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya variabel bebas (X) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Dan mengambil kesimpulan:

Nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima H_1 ditolak

Nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima.

3.12.2 Uji F

Uji F dipakai untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Untuk melihat pengaruh yang terjadi, dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai tingkat kepercayaan 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari

nilai derajat kepercayaan ($\text{sig} < 0,05$), berarti terdapat hubungan yang signifikan antara semua.