

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Hal ini karena penelitian ini secara harfiah menggambarkan variabel, keadaan atau kondisi yang sedang dipelajari seperti itu dan menggunakan data numerik yang diperoleh melalui kuesioner. Tujuan dari metode ini adalah untuk menjelaskan fenomena dengan menggunakan pengetahuan dan informasi yang diperoleh.¹

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan atau bilangan bulat yang terdiri dari objek-objek atau subjek-subjek dengan ciri-ciri tertentu yang telah ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan darinya ditarik kesimpulan.² Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Esha Scarf yang membeli produk melalui shopee Marketplace yaitu sebanyak 3.250 konsumen. Informasi diperoleh dari wawancara dengan Administrasi Esha Scarf.

2. Sampel

Sampel merupakan kumpulan dari beberapa perwakilan populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah non-probability sampling. Sampel probabilitas adalah sampel yang setiap anggotanya memberikan kesempatan atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Non-probability sampling peneliti menggunakan purposive sampling. Teknik pengujian yang bertujuan dari teknik ini adalah peneliti memilih sampel *purposive* atau sampel secara subyektif. Pengambilan sampel tersebut dilakukan karena peneliti menyadari bahwa mereka dapat memperoleh informasi yang diperlukan dari kelompok atau subjek tertentu yang memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan kriteria responden sebagai berikut:

1. Konsumen Esha Scarf

¹ Wahyu Hidayat Riyanto dan Ahmad Mohyi, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Malang: UMM, 2020), 12.

² Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 80.

2. Memiliki dan menggunakan aplikasi shopee
3. Pernah melakukan pembelian produk Esha Scarf melalui marketplace shopee

Sampel dari penelitian ini akan mengambil konsumen Esha Scarf untuk dijadikan sebagai subjek. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus *Slovin*:

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$

Dimana:

n : jumlah sampel minimal

N : jumlah populasi

e : persentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel (10 %).³

Dalam penelitian ini, populasinya adalah 3.250 konsumen. Berdasarkan rumus Slovin diatas maka sejumlah sampel dapat diketahui sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{3.250}{1+(3.250 \times 10\%^2)} \\ &= \frac{3.250}{1+(3.250 \times 0,01)} \\ &= \frac{1+32,5}{3.250} \\ &= \frac{33,5}{3.250} \\ &= 97,01 \end{aligned}$$

Berdasarkan hitungan diatas, Dalam hal ini, sampel penelitian dengan bilah kesalahan 10 persen adalah 97,01 yang dibulatkan peneliti menjadi 100 responden.

C. Identifikasi Variabel

Variabel adalah ciri, sifat, ciri lambang atau lambang yang dapat diteliti dan dibedakan serta mempunyai nilai yang berbeda.⁴ Peneliti menggunakan lebih dari satu variabel, termasuk 3 variabel bebas dan 1 variabel tetap. Variabel dapat didekomposisi menjadi beberapa bentuk, antara lain:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain yang disebut variabel terikat. Variabel ini merupakan penyebab perubahan nilai variabel terikat. Peneliti

³ Etta Mamang Sangadi dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2003), 143.

⁴ Azuar, *Metode Penelitiann Sosial Dan Ekonomi* (Medan: Media Inn, 2013), 24.

memilih 3 variabel bebas yaitu harga (X1), kualitas produk (X2), dan online customer review (X3).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan kebalikan dari variabel bebas. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi. Variabel terikat sering menjadi masalah utama peneliti karena dapat dipengaruhi oleh faktor lain yang disebut variabel bebas.⁵ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan satu variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

3. Variabel Operasional

Variabel operasional yang dimaksud bukanlah pemahaman teoretis, sebagaimana ditunjukkan oleh bagian teoretis. Namun, Variabel Manipulasi menggambarkan manipulasi setiap variabel. Proses ini dapat berupa pengujian atau pengukuran benchmark, indikator atau alat uji yang dapat menentukan kuantitas/kualitas suatu variabel.⁶

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Harga (X1)	Harga adalah jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan, atau jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk manfaat yang diperolehnya dari memiliki atau menggunakan produk atau layanan tersebut. ⁷	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat
Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk merupakan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja 2. Fitur 3. Keandalan 4. Kesesuaian 5. Daya tahan

⁵ Azuar Junaidi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Medan: UMSU Pers, 2014), 22.

⁶ Azuar Juliandi, *Metode Penelitian Sosial Dan Ekonomi* (Medan: Media Inn, 2013), 113.

⁷ Miguna Astuti dan Nurhafifah Matondang, *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. 30.

	memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau di implikasikan. ⁸	6. Kemampuan melayani 7. Estetika 8. Persepsi terhadap kualitas
<i>Online Customer Review (X3)</i>	<i>Online customer review</i> merupakan bentuk evaluasi konsumen sebelumnya atas informasi yang diperoleh dari evaluasi berbagai aspek suatu produk sehingga konsumen dapat mempersepsikan kualitas produk tersebut. ⁹	1. Daya tarik 2. Kepercayaan 3. Keahlian
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian ialah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli. ¹⁰	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian

D. Teknik Pengumpulan Data

a. Metode Kuesioner (angket)

Pengumpulan data angket/kuesioner adalah suatu metode pengumpulan data yang dapat berupa serangkaian pertanyaan tertulis yang bertujuan untuk memperoleh informasi dari seorang individu tentang apa yang dialami atau diketahuinya. Penelitian ini mengumpulkan data dari responden dengan menggunakan instrumen kuesioner tertutup, dengan opsi yang disediakan oleh peneliti untuk membantu responden memilih tanggapan yang diberikan oleh peneliti.¹¹

⁸ M. Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, 3.

⁹ Yulfita Aini, “Pengaruh Online Costumer Review Dan Online Costumer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Marketplace (Studi Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian).”

¹⁰ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, Cetakan Pe. (Surabaya: Unitomo Press, 2019).

¹¹ azuar junaidi, *Metode Penelitian Sosial Dan Ekonomi* (medan: media inn, 2013), 69.

Peneliti menggunakan alat survei skala Likert sebagai ukuran data. Peneliti dapat menggunakan skala likert untuk mengetahui persepsi dan opini publik tentang fenomena sosial yang ada. Fenomena sosial ini didefinisikan oleh peneliti dan kadang-kadang disebut sebagai variabel penelitian skala Likert. Metrik ini dapat diubah menjadi metrik yang digunakan sebagai langkah pertama dalam menyiapkan pertanyaan atau pernyataan oleh peneliti.

Pada skala Likert ini, pilihan respon peneliti berupa pilihan respon mulai dari sangat positif hingga sangat negatif. Tanggapan berisi berikut:

1. Sangat setuju akan diberikan poin 5
2. Setuju akan diberikan poin 4
3. Netral atau ragu-ragu akan diberikan poin 3
4. Tidak setuju akan diberikan poin 2
5. Sangat tidak setuju akan diberikan poin 1

Skala likert ini dapat disajikan dalam bentuk pernyataan atau pertanyaan, dapat disajikan dalam bentuk pilihan ganda, atau dapat disebut dengan checklist.¹² Pernyataan ini menunjukkan bahwa peneliti menggunakan data primer sebagai sumber informasi. Data primer adalah data yang datang langsung dari sumbernya dan merupakan orang yang pertama kali peneliti kumpulkan. Disini peneliti memilih kuesioner sebagai alat pengumpulan data.¹³

b. Wawancara

Wawancara Proses tanya jawab atau dialog verbal antara pewawancara dan responden yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan oleh penilai. Wawancara adalah teknik penilaian yang sangat baik untuk menilai tanggapan terhadap pendapat, keyakinan, perasaan, dan motivasi. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti merupakan jenis wawancara yang tidak terstruktur atau terbuka, dan pewawancara tidak menggunakan pedoman wawancara yang sistematis dan terstruktur sepenuhnya. Panduan wawancara menggunakan fokus pada topik tertentu yang terkait dengan aspek yang dinilai.¹⁴ Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan

¹² sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (bandung: alfabeta, 2012) 132-133.

¹³ Sirillius Seran, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial* (Yogyakarta, 2011), 28.

¹⁴ Eko Putro Widoyoko, *Evaluasi Program Pelatihan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 58-60.

data ketika peneliti mengetahui secara pasti informasi apa yang sedang diperoleh. Saat melakukan wawancara, peneliti menyiapkan pertanyaan tertulis.

c. Observasi

Observasi ini adalah kegiatan untuk menemukan sesuatu dari fenomena. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh informasi tentang fenomena yang diteliti dan berbasis pengetahuan. Informasi yang Anda terima harus objektif, asli, dan dapat dimengerti. Prosedur observasi dilakukan dengan cara melihat langsung objek penelitian. Metode observasi tidak terbatas pada orang saja tetapi juga dapat pada obyek-obyek alam yang lain.¹⁵

d. Studi pustaka

Pada penelitian kali ini, peneliti juga menambahkan literature review sebagai metode pengumpulan data berdasarkan hasil penelitian sebelumnya. Data dapat diperoleh dari buku, jurnal, atau artikel yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

E. Teknik Analisis Data

1. Uji instrumen data

a. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur efektifitas atau efikasi survei. Peneliti melakukan uji efikasi untuk mengukur variabel penelitian. Jika hasil instrumen valid, demikian juga dengan hasil pengukuran. Peneliti merancang sendiri instrumen (meteran) dengan merumuskan sejumlah pertanyaan terkait pendapat responden. Item pertanyaan disusun dengan mengacu pada teori sebelumnya untuk memberikan hasil instrumental yang akurat dan masuk akal. Selain itu, peneliti membagikan alat kepada Responden dapat mendapatkan jawaban berupa pertanyaan-pertanyaan tersebut. Setelah responden selesai memberikan tanggapan, perangkat tersebut dapat dikembalikan kepada peneliti untuk diuji validitasnya.¹⁶ Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*corrected item-total correlations* dalam *output cronbach alpha*) dengan nilai r

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&O* (Bandung: Alfabeta, 2014), 203.

¹⁶ Azuar Juliandi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Medan: UMM Perss, 2014), 77.

tabel untuk *degree of freedom* (df)= $n-2$ (n yaitu total sampel). Jika r hitung $>$ r tabel an bernilai positif maka pernyataan tersebut dikatan valid.

Adapun kriteria keputusan uji validitas antara lain adalah:

- 1) Apabila r hitung $>$ r tabel (dalam α yang ditetapkan, misalnya $\alpha=5\%$) maka pernyataan tersebut valid.
- 2) Apabila r hitung $<$ r tabel (dalam $\alpha=5\%$) maka pernyataan tersebut tidak valid

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah Indikator meteran tersebut dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Meskipun tes ini dimaksudkan untuk mengukur konsistensi tanggapan individu terhadap pertanyaan kuesioner, kriteria tes kredibilitas adalah untuk menguji nilai cronbach's alpha (α) untuk masing-masing pertanyaan. Variabel yang memberikan Crombach alpha $>$ 0,60 dikatakan reliabel jika reliabel..¹⁷

2. Uji asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk membantu peneliti menentukan jenis analisis statistik yang akan digunakan. Jika data dinyatakan normal atau berasal dari populasi yang berdistribusi normal, maka analisis statistik yang digunakan adalah analisis statistik parametrik. Namun jika data tidak berdistribusi normal atau populasi tidak berdistribusi normal, maka analisis yang digunakan adalah analisis statistik nonparametrik.¹⁸ Untuk menguji data terdistribusi normal, digunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan pedoman keputusan berikut.:

- Nilai Sig. Atau nilai probabilitas $<$ 0,05 maka distribusi tidak normal.
- Nilai Sig. Atau nilai probabilitas $>$ 0,05 maka distribusi normal.¹⁹

¹⁷ Azuar Junaidi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Medan: UMSU Pers, 2014), 80.

¹⁸ I Wayan Widana and Putu Lia Muliani, *Uji Persyaratan Analisis*, *Klik Media*, 2020, 1-2.

¹⁹ dan Martinus Budiantara Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, *Dasar-Dasar Statistika Penelitian* (Yogyakarta: Sibuku Media, 2017), 87, http://lppm.mercubuana-yogya.ac.id/wp-content/uploads/2017/05/Buku-Ajar_Dasar-Dasar-Statistik-Penelitian.pdf.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah alat uji yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya kemiripan antar variabel bebas (independen variabel) dimana beberapa jenis variabel bebas memiliki kemiripan. Kesamaan antar variabel independen menyebabkan hubungan yang sangat berpengaruh. Jika nilai VIF antara 1 dan 10, maka dapat dikatakan tidak ada masalah multikolinearitas. Kedua, jika toleransinya $> 0,10$, kita dapat mengatakan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas.²⁰

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji asumsi klasik yang harus dipenuhi oleh analisis regresi. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah akan muncul dalam analisis model regresi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji Glejser. Metode Glejser merupakan metode yang akurat untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas. Metode Glejser dilakukan dengan melakukan regresi variabel bebas (independent variable) terhadap nilai absolut dari residual.²¹

3. Teknik Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah analisis hubungan linier antara variabel bebas dan variabel terikat. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memprediksi hubungan antara variabel independen dan dependen terlepas dari apakah masing-masing variabel independen berkorelasi positif atau negatif.²² Dalam analisis regresi linier berganda dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y : keputusan pembelian

a : konstanta

b_1 : koefisien regresi harga

b_2 : koefisien regresi kualitas produk

b_3 : koefisien regresi online customer review

²⁰ V. Wiratma, *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Pers, 2015), 159.

²¹ Riza Bahtiah Sulistyan Ratna Wijaya Daniar Paramita, Noviansyah Rizal, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Edisi Keti. (Lumajang: Widya Gama Press, 2021).

²² Dwi Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data SPSS* (Yogyakarta: Media Kom, 2022), 761.

- X_1 : harga
 X_2 : kualitas produk
 X_3 : online customer review
 E : standar eror

Sebenarnya dapat menggunakan nilai statistik t , nilai statistik F dan nilai koefisien determinasi periksa keakuratan fungsi regresi sampel.²³

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk menguji apakah variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) berpengaruh signifikan secara parsial mengenai variabel terikat (Y), hasil t dapat dilihat dari koefisien keluaran analisis regresi berganda. Oleh karena itu peneliti mempertimbangkan bahwa variabelnya adalah (X_1) harga (X_2) kualitas produk dan (X_3) review pelanggan online secara parsial berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel keputusan pembelian. Saat melakukan uji- t ini, rumus hipotesis dapat digunakan sebagai berikut:

1) Hipotesis 1

H_{01} : tidak ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian.

H_1 : ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian.

2) Hipotesis 2

H_{02} : tidak ada pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

H_2 : ada pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

3) Hipotesis 3

H_{03} : tidak ada pengaruh antara online customer review terhadap keputusan pembelian.

H_3 : ada pengaruh antara online customer review terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulannya adalah sebagai berikut:

a) Menggunakan taraf signifikan 0,05

➤ Jika $Sig > 0,05$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak

➤ Jika $Sig < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima

²³ V. Wiratma, *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Pers, 2015), 260.

- b) Menggunakan t hitung dan t tabel
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima
 - Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.²⁴

Sebelum menarik kesimpulan terkait hipotesis, harus menetapkan t_{tabel} terlebih dahulu dengan rumus:

$$t_{tabel} : t_{tabel} = t(a/2; n-k-1)$$

keterangan:

a = tingkat kepercayaan (0,05)

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel X ²⁵

c. Uji F

Uji F digunakan untuk mengecek kesesuaian jenis regresi linear berganda pada data. Uji ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel X secara bersama-sama atau gabungan (simultan) terhadap variabel Y .

d. Uji Determinasi

Analisis keputusan dilakukan oleh peneliti untuk menguji ekspresi kontribusi seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel dependen (Y). Koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. R^2 bernilai nol berarti tidak ada kontribusi dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika R^2 sama dengan 1 berarti kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabilitas variabel dependen, dan hasil analisis dapat dilihat pada hasil rangkuman multilinear. model regresi.²⁶

²⁴ V. Wiratman, *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, Yogyakarta. (Pustaka Baru Pers, 2015), 161-162.

²⁵ Sahid Raharjo, "Cara Melakukan Uji t Parsial Dalam Analisis Regresi Dengan SPSS," last modified 2018, diakses April 9, 2022, <https://www.spssindonesia.com/2014/02/cara-mudah-melakukan-uji-t-dengan-spss.html>.

²⁶ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 68.