

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kuantitatif didasarkan pada filosofi *positivisme*. Data dikumpulkan ketika mensurvei sampel atau populasi tertentu. Gunakan alat survei, analisis data statistik. Kuantitatif dan dirancang untuk mengatasi asumsi tertentu (Sugiyono, 2016).

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang tujuannya untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu peristiwa, keadaan, objek apakah orang, atau segala sesuatu yang terkait dengan variabel-variabel yang bisa dijelaskan baik menggunakan angka - angka maupun kata-kata. Desain yang dipergunakan ialah desain kausalitas yang bermanfaat guna mengukur keterkaitan antar variabel atau guna memahami analisa bagaimana sebuah variabel memengaruhi variabel lainnya. Data yang dipergunakan ialah kuesioner yang didapatkan dari sumbernya secara langsung yakni Pelanggan yang berbelanja melalui Shopee.

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian ialah penelitian replikasi dari penelitian sebelumnya, yakni sebuah penelitian yang diulang dari penelitian sebelumnya yang sejalan tetapi periode, variabel, serta obyek nya berbeda. Penelitian sebelumnya dan penelitian

ini berbeda dari segi periode dan obyek yang diteliti.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian yang dilakukan mengangkat judul “Pengaruh citra merek, *review* produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian *e-commerce* Shopee di Kota Batam” dilakukan pada masyarakat kecamatan Baloi Permai Kota Batam tahun 2022.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian ini membutuhkan waktu kurang lebih selama 5 bulan yang dilakukan dari bulan September 2022 sampai penyusunan skripsi selesai.

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Kegiatan	Tahun 2022				
	Sept	Okt	Nov	Des	Jan
Pengajuan judul					
Tinjauan Literatur					
Penyusunan penelitian					
Pembagian kuesioner					
Pengumpulan data kuesioner					
Pengolahan data					
Pegumpulan skripsi					

Sumber: Peneliti, 2021

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan suatu generalisasi dari sebuah wilayah dimana didalamnya terdapat subjek maupun objek itu memiliki karakteristik dan kuantitas khusus dimana kemudian akan dipilih penulis guna mempelajari dan dideskripsikan (Sugiyono, 2012). Populasi dalam riset ini ialah semua masyarakat pengguna aplikasi dan *website* Shopee yang berada di Kota Batam tepatnya di Kecamatan Batam Center, Kelurahan Baloi Permai. Jumlah poplasi pengguna Shopee di Kota Batam tidak dapat diketahui dengan pasti.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari banyaknya subjek atau objek yang diteliti atau sebagian kecil dari populasi yang digeneralisasikan atau dikelompokkan ke dalam bagian-bagian tertentu yang akan diteliti untuk kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiarto, 2017). Teknik pengumpulan sampel dalam penelitian ini ialah menggunakan *random sampling* dimana setiap subjek memiliki kesempatan yang sama, terlepas dari memilih sampel tertentu kemudian jumlah sampel dihitung dengan menggunakan rumus Lemeshow.

$$n = \frac{Z^2 \times P \times (1 - P)}{D^2}$$

Rumus 3.1 Rumus Lemeshow

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Nilai standar = 1.96

P = Maksimal estimasi, karena data belum didapat maka dipakai 50% = 0.5

D = Alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Dengan menggunakan rumus lemeshow di atas, maka jumlah sampel dapat di hitung sebagai berikut:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times (1 - 0.5)}{10\%^2}$$

$$n = \frac{1,9208 (0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden yang akan ditetapkan oleh peneliti menjadi 100 responden.

3.4.3 Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, teknik pengambilan sampel *purposive* harus mencakup semua anggota populasi dan menggunakan kriteria sebagai filter untuk memilih apakah anggota tersebut memenuhi syarat untuk dijadikan sampel. (Sugiyono, 2019).

Teknik penetapan sampel dengan kriteria tertentu, adapun kriteria dalam penentuan sampel pada penelitian ini yakni:

1. Para responden merupakan pengguna aplikasi Shopee di Kota Batam Kecamatan Batam Center, Kelurahan Baloi Permai
2. Merupakan mereka yang sudah pernah berbelanja di aplikasi Shopee minimal 1 kali.

3. Responden berusia > 17 tahun.

3.5 Sumber Data

Sumber data dapat diperoleh oleh peneliti dalam bentuk informasi langsung ataupun tidak dari para responden yang sudah sesuai dengan kriteria peneliti. Sumber data yang diperoleh terbagi menjadi 2 yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder:

1. Sumber data primer

Data primer merupakan data yang informasinya di dapatkan langsung dari para responden melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang berdomisili di kota Batam.

2. Sumber data sekunder

Data sekunder adalah informasi yang ditelaah kemudian dikumpulkan oleh peneliti sumber-sumber yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai pengumpulan data dari para responden, teknik ini dilakukan oleh peneliti dengan menyebarkan pernyataan atau pertanyaan secara tertulis kemudian disebarakan kepada para responden yang sudah memenuhi kriteria bagi peneliti. Dalam mengukur dan menguji variabel penelitian ini menggunakan skala likert.

Skala Likert ialah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi terkait peristiwa sosial pada individu dan kelompok. Adapun tabel skala likert yang digunakan oleh peneliti dalam menyebarkan kuesioner kepada

responden.

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Skala Likert	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: (Sugiyono, 2012)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel, yakni variabel bebas dan variabel terikat. Penjelasan tentang variabel bebas dan terikat sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (independen)

Variabel bebas ialah variabel yang mampu memberikan pengaruh terhadap variabel terikat (dependen) (Sugiyono, 2016). Peneliti menetapkan variabel bebas (independen) yaitu Citra Merek (X1), *Review* Produk (X2), *Word of mouth* (X3).

2. Variabel Terikat (dependen)

Variabel terikat atau variabel dependen ialah variabel yang menjadi sebab atau variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel bebas (independen) (Sugiyono, 2016). Peneliti menetapkan adapun variabel terikat (dependen) pada penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Secara terperinci, pengujian yang akan dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Citra merek (X ₁)	Menurut Prayitno & Widyawati (2019) citra merek adalah sekumpulan rasa yakin konsumen terhadap merek tertentu dengan dinilai melalui kinerjanya. Tidak mudah bagi suatu perusahaan untuk mendapatkan rasa percaya dan citra positif dimata konsumen.	1. Kesukaan terhadap merek 2. Kekuatan terhadap merek 3. Keunikan terhadap merek Sumber: (Prayitno & Widyawati, 2019)	Likert
2.	Review produk (X ₂)	Informasi yang didapatkan sebelumnya dari produc tersebut sehingga bisa dibuat dengan cara baik ataupun memunculkan hal negative pada produk tersebut (Putra, 2020).	1. Kesesuaian 2. Pemahaman 3. Keekspresifan Sumber: (Putra, 2020)	Likert
3.	Word of mouth (X ₃)	Menurut Hartaroe <i>et al.</i> (2021) menyatakan bahwa, <i>word of mouth</i> ialah promosi yang berbentuk saran dari mulut ke mulut sehubungan dengan manfaat suatu <i>item</i> menyatakan bahwa, <i>word of mouth</i> ialah promosi yang berbentuk saran dari mulut ke mulut sehubungan dengan manfaat suatu <i>item</i>	1. Kemauan konsumen dalam membicarakan hal – hal positif tentang kualitas pelayanan dan produk kepada orang lain 2. Merekomendasikan jasa dan produk perusahaan kepada orang lain. 3. Dorongan terhadap teman atau relasi untuk melakukan pembelian terhadap produk dan jasa perusahaan Sumber: (Hartaroe et al., 2021)	Likert

Tabel 3.3 Lanjutan

4.	Keputusan pembelian (Y)	Menurut Darmansah & Yosepha (2020) keputusan pembelian suatu produk oleh konsumen merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan yang diambil dan dijadikan pertimbangan dalam pembelian suatu produk.	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian 6. Metode pembayaran Sumber: (Darmansah & Yosepha, 2020)	Likert
----	-------------------------	--	---	--------

3.8 Metode Analisa Data

Dalam penelitian ini digunakan metode analisis data kuantitatif dan diolah secara statistik karena bahan penelitian berupa angka-angka. Penelitian menggunakan pendekatan teoritis dan menggunakan hasil survei terhadap jawaban responden.

3.8.1 Analisa Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017:143) Pengolahan data dalam analisis ini mengacu pada metode analisis yang menitikberatkan pada bagaimana hasil data tersebut dideskripsikan atau dijelaskan agar sampai pada kesimpulan yang lebih komprehensif. Rumus untuk mencari besaran:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3.2 Rentang Skala

Keterangan:

n = Total sampel

m = Total alternatif tanggapan setiap poin

RS = Rentang Skala

Untuk menentukan rentang skala dengan sampel berjumlah 100 responden

serta beragam pilihan jawaban bernilai 5. Berikut rumus rentang skala:

$$RS = \frac{100 (5 - 1)}{5}$$

$$RS = \frac{100(4)}{5}$$

$$RS = \frac{400}{5}$$

$$RS = 80$$

Hasil perhitungan rentang skala berjumlah 80. Dengan demikian skala penelitian tiap kriteria dijelaskan pada tabel 3.4 rentang skala.

Tabel 3.4 Rentang Skala

Interval	Keterangan
100 – 180	Sangat Tidak Setuju
181 – 260	Tidak Setuju
261 – 340	Netral
341 – 420	Setuju
421 – 500	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti, 2021

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Validitas berarti akurat, data valid adalah data yang akurat dengan pengukuran tertentu, dalam penelitian ini ditentukan pengukurannya guna memahami apakah data yang digunakan benar dan masuk akal, bandingkan r hitung dengan r tabel pada tingkat signifikansi 5%.

Untuk mengetahui koefisien korelasinya signifikan atau tidak digunakan distribusi (table r) untuk $\alpha = 0.05$ atau $\alpha = 0,01$ dengan derajat kebebasan ($dk=n - 2$). Suatu instrument dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan sebaliknya dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{table}$.

3.8.2.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Rumus yang penulis gunakan adalah Rumus Alpha

$$r = (k/(k - 1))(1 - (\sum S_i)/S_i)$$

Rumus 3.3 Rumus Alpha

Keterangan:

r = nilai reabilitas

$\sum S_i$ = jumlah varians skor tiap-tiap item

S_t = Varians total

K = jumlah item

Untuk menafsirkan hasil uji reliabilitas, kriteria yang digunakan adalah jika alpha lebih besar dari r table maka kuesioner dinyatakan realibel, sebaliknya jika nilai alpha lebih kecil dari pada r hitung maka kuesioner dinyatakan tidak realibel.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas merupakan uji fungsional untuk menguji dan mengetahui apakah ada korelasi antar variabel bebas. Jika tidak ada korelasi antara variabel independen, maka itu adalah variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah nilai korelasi antar variabel independen sama dengan nol. Dengan menggunakan kunci uji *Variance Inflation Factor* (VIF), Anda dapat mengetahui gejala multikolonieritas, adapun kriteria uji multikolonieritas sebagai berikut:

1. Bila *Variance Inflation Factor* (VIF) < kurang dari 10 maka terbebas dan tidak terjadinya multikolonieritas.
2. *Variance Inflation Factor* (VIF) > lebih dari 10 maka terjadinya

multikolonieritas.

3.8.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang berfungsi untuk menilai dan mengetahui apakah terdapat ketidakseimbangan varians persepsi dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika hasilnya konsisten disebut homoskedastisitas dan jika hasilnya berbeda atau tidak konsisten disebut heteroskedastisitas. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu secara teratur, maka dinyatakan heteroskedastisitas.

3.8.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas yakni uji yang mempunyai fungsi untuk mengetahui normal atau tidaknya data penelitian dalam penelitian tersebut. Dalam uji normalitas penelitian ini peneliti menggunakan grafik histogram, *P-P Plot of Regression*, dan diuji dengan Kolmogorov Smirnov, adapun kriterianya yaitu jika hasil signifikan $> 0,05$ maka data terdistribusi normal dan sebaliknya jika $\text{sig} < 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Hastuti (2020) analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen meliputi Citra Merek (X_1), *Review Produk* (X_2) dan *Word of mouth* (X_3) kemudian diuji pengaruhnya terhadap variabel terikat yakni Keputusan Pembelian (Y). Berikut rumus dari persamaan regresi linier berganda:

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

Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

α : konstanta

β_1 : koefisien regresi variabel X1

β_2 : koefisien regresi variabel X2

β_3 : koefisien variabel X3

X1 : Citra Merek

X2 : *Review* Produk

X3 : *Word of mouth*

3.8.4.2 Analisis Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi atau biasa disebut “ R^2 ” berguna untuk memprediksi dan mengontrol seberapa besar dampak dari variabel independen secara bersamaan dengan variabel dependen (Sanusi, 2017: 136). Peneliti melihat hasil pada *Adjusted R Square* dikarenakan terdiri dari 3 variabel.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji T (Piasial)

Tujuan prnggunaan uji t ialah untuk melihat dan mengetahui apakah ada pengaruh variabel bebas yakni citra merek, *review* produk, *word of mouth* terhadap variabel terikat yakni keputusan pembelian. Adapula kriteria dalam pengujian ini yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $< 0,05$, maka dapat diartikan bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dan begitu pula sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $> 0,05$, maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Rumus 3.5 Uji t

Keterangan:

t : nilai t hitung yang dikonsultasikan pada t tabel

r : koefisien korelasi

r²: koefisien determinasi

n : jumlah banyaknya sampel

3.9.2 Uji F (Simultan)

Penggunaan uji f yaitu berfungsi untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Ada pula kriteria dalam pengujian ini, bila F hitung > F tabel dan nilai signifikansi < 0,05 maka variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat berlaku sebaliknya juga bila F hitung < F tabel dan nilai signifikansi > 0,05 maka variabel bebas tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.