

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain deskriptif dan metodologi kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), penelitian kuantitatif berfokus pada pengujian konsekuensi yang diklarifikasi dengan menggunakan deskriptif numerik atau representasi nilai. Penelitian yang dapat mengkarakterisasi temuan penelitian bahkan memberikan penjelasan yang lebih rinci dikenal dengan penelitian deskriptif (Fauzy, 2019). Dengan demikian, peneliti dapat mengkarakterisasi penelitian ini berkaitan dengan kebahagiaan pelanggan, rating pelanggan, dan kepercayaan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini ialah berupa penelitian ulang yang dilaksanakan oleh penulis. Penelitian bertujuan untuk meninjau kembali pokok bahasan yang telah dibahas pada penelitian terdahulu. Terdapat variasi dalam subjek penelitian, variabel, serta periode waktu.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian mengenai "Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Rating Pelanggan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Lazada di Kota

Batam 2023: Batu Aji Kota Batam" dilakukan dengan melibatkan komunitas lokal di kabupaten tersebut.

3.2.2 Periode Penelitian

Bulan Agustus sampai Januari, atau hampir lima bulan, dihabiskan untuk melakukan penelitian. Ini adalah jangka waktu dimana penelitian akan dilakukan:

Tabel 3.1 *Timeline* Penelitian

Kegiatan	Bulan						
	2023					2024	
	Agustus	September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari
Pengajuan Judul	■						
Studi Pustaka	■	■	■				
Metodologi Penelitian		■	■				
Rancangan Kuesioner				■	■		
Penyebaran Kuesioner				■	■		
Pengumpulan Data						■	
Penyusunan Laporan Penelitian						■	■
Penyampaian Hasil Penelitian							■

Sumber: Peneliti, 2023

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Munandar (2018), populasi ialah kumpulan responden yang akan berpartisipasi dalam penelitian sebagai informan. Kumpulan responden ini sangat penting untuk penelitian dan menunjukkan pengaruhnya yang signifikan terhadap penelitian saat ini. Dengan jumlah penduduk sebanyak 139.512 jiwa, jumlah penduduk Kecamatan Batu Aji menjadi fokus penelitian ini. Meski demikian, peneliti belum mengetahui jumlah pengguna aplikasi Lazada di wilayah ini.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel dipilih untuk mewakili sebagian kecil jumlah populasi. Penggunaan sampel menjadi pilihan alternatif ketika populasi berada dalam jumlah yang besar serta peneliti yang terkendala sumber daya, tenaga, dan waktu (Sugiyono 2019: 81). Perhitungan rumus Jacob Cohen digunakan sebagai acuan untuk menentukan jumlah sampel yang dilibatkan dalam penelitian:

Rumus 3.1 Jacob Cohen

$$n = \frac{L}{f^2} + u + 1$$

Keterangan:

N = total sampel

f^2 = Effect size atau ukuran = 0.1

u = Tingkat ubahan pada penelitian = 5

L = tabel t.s 1%, power (p) 0.95 dan u 5 = 19.76

$$n = \frac{19.76}{(0.1)} + 5 + 1 = 203.6 = \text{dibulatkan menjadi } 204$$

Sumber: (Hikmah, 2020)

3.4.3 Teknik Sampling

Pendekatan *Non-probability Sampling* digunakan untuk menentukan sampel untuk penyelidikan ini. Teknik yang digunakan ini, bertujuan untuk meyakinkan bahwa sampel yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian, sampel dipilih berdasarkan sifat atau kualitas tertentu. Metode purposive sampling digunakan dalam penelitian yang dijalankan ini, guna memperoleh sampel penelitian yang sesuai dengan kriteria subjek penelitian, sehingga memungkinkan peneliti memodifikasi sampel agar sesuai dengan sikap dan ciri penelitiannya (Sugiyono 2019:37). Berikut adalah beberapa persyaratan bagi peserta penelitian ini:

1. Responden adalah pengguna aplikasi Lazada di Kota Batam.
2. Berasal dari Kecamatan Batu Aji.
3. Pernah membeli sesuatu melalui aplikasi Lazada.
4. Responden berusia di atas 17 tahun.

Perhitungan menunjukkan bahwa terdapat 203,6 sampel penelitian secara keseluruhan, atau 204 orang jika dibulatkan. Rumus Jacob Cohen digunakan untuk menghitung nilai ini.

3.5 Sumber Data

Berdasarkan dari tujuan, penelitian yang dilakukan ini melibatkan dua jenis data yang berbeda. Kedua jenis sumber data tersebut adalah primer dan sekunder. Data sekunder ialah kumpulan informasi yang berasal dari berbagai sumber referensi bacaan, sedangkan data primer didasarkan pada fakta yang dikumpulkan pada saat pengumpulan data.

1. Data primer yang dibutuhkan diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada sampel, yaitu responden yang terpilih berusia di atas 17 tahun dan berasal dari Kecamatan Batu Aji, baik laki-laki maupun perempuan, serta pernah melakukan pembelian menggunakan aplikasi Lazada.
2. Data sekunder pada penelitian yang dilakukan ini diperoleh dengan cara membaca berbagai macam literature atau bahan referensi, seperti buku, jurnal, serta publikasi yang memiliki hubungan dengan topik penelitian ini atau penelitian terdahulu.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Dua jenis data dilibatkan dalam penelitian ini yakni data primer dan data sekunder. Menurut Diba (2020), data primer ialah informasi penting yang dikumpulkan tanpa perantara (langsung) dari sumber atau responden, khususnya melalui penggunaan survei. Sedangkan data sekunder berasal dari publikasi, media *online*, atau temuan penelitian sebelumnya.

Karena banyaknya pernyataan-pernyataan dan tanggapan yang diberikan, kuesioner ini berfungsi untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan topik penelitian ini. Skala Likert digunakan sebagai jawaban untuk pertanyaan atau pernyataan dari kuesioner dalam penelitian ini. Responden dapat menunjukkan seberapa senang atau tidak puas mereka dengan pernyataan yang diberikan. Skala poin Likert menunjukkan rentang tanggapan yang dapat diperoleh terhadap objek tertentu yang diteliti, serta sikapnya. (Ahyar, Hardani, 2020). Berikut beberapa kategori Skala Likert dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 3.2 **Kategori Skala Likert**

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

Sumber: (Taluke et al., 2019)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2019) adalah komponen-komponen yang diidentifikasi peneliti dalam hubungannya dengan ciri-ciri tertentu. Variabel-variabel tersebut dapat diteliti lebih lanjut secara rinci untuk mengoptimalkan pemahaman penulis dan membantu peneliti lebih memahami fenomena atau peristiwa yang diteliti. Selanjutnya, temuan penelitian akan digunakan untuk mengembangkan kesimpulan yang relevan.

3.7.1 Variabel Independen

Variabel yang tidak terpengaruh oleh elemen lain disebut variabel bebas, atau variabel independen (X). Tiga variabel independen penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (X1), kepercayaan pelanggan (X2), dan rating pelanggan (X3).

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel dependen ialah komponen yang mengubah atau menyebabkan munculnya variabel dependen. Variabel dependen penelitian ini ialah Keputusan Pembelian (Y). Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, dan Rating Pelanggan merupakan faktor-faktor independen yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh variabel ini.

Tabel 3.4 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan (X1)	Kepuasan pelanggan ialah suatu perasaan hasil perbandingan antara pengalaman dengan produk atau layanan, di mana kepuasan muncul jika harapan terpenuhi, dan ketidakpuasan terjadi jika kinerja di bawah standar.	1. Kesesuaian Ekspektasi 2. Niat Berkunjung Kembali 3. Kesiediaan Merekomendasi	<i>Likert</i>
Rating Pelanggan (X2)	Rating pelanggan adalah rating yang diberikan oleh pelanggan untuk mengukur kepuasan dan memberikan umpan balik yang diperlukan untuk perbaikan.	1. Kesadaran 2. Frekuensi 3. Perbandingan 4. Menyenangkan	<i>Likert</i>
Kepercayaan Pelanggan (X3)	Kepercayaan adalah keyakinan tentang integritas penjual dan kemampuannya untuk memenuhi kewajiban dalam transaksi sesuai dengan harapan konsumen.	1. Integritas 2. Kebaikan 3. Kompetensi 4. Keamanan merek	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Sebuah konsep yang merujuk kepada penerimaan konsumen terhadap tawaran yang diberikan dimana dalam tahap ini akan mengindikasikan beberapa pertimbangan dari konsumen sebelum membeli	1. Sesuai Kebutuhan 2. Bermanfaat 3. Ketepatan Dalam Pembelian Produk 4. Pembelian Berulang	<i>Likert</i>

Sumber: Peneliti, (2023)

3.8 Metode Analisis Data

Dalam pengolahan data, terdapat kepastian yang mengarahkan peneliti pada upaya mengatasi permasalahan yang diajukan dalam rumusan masalah, klaim Sugiyono (2017: 243). Selain itu, pengolahan data merupakan tahapan dalam proses verifikasi keabsahan hipotesis sementara peneliti. Peneliti menggunakan teknik pengolahan data dengan software SPSS (Statistical Product and Service Solutions) untuk menganalisis data.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Sugiyono (2017:143) menyatakan bahwa dalam proses analisis ini, data diproses melalui pendekatan analitis yang berfokus pada strategi yang digunakan untuk menggambarkan atau menafsirkan keluaran data. Pendekatan tersebut bertujuan untuk mendapatkan hasil yang lebih lengkap. Selanjutnya rentang skala pada situasi ini dihitung dengan menggunakan metode tersebut:

Rumus 3.2 Rentang Skala

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

m = jumlah alternative jawaban tiap item

RS = rentang skala

$$RS = \frac{204(5-1)}{5} = 163.2$$

Penelitian ini menggunakan berbagai skala untuk menemukan nilai yang terendah dan tertinggi.

Tabel 3.5 Rentang Skala

No	Nilai	Keterangan
1.	204 – 367,2	“Tidak Setuju”
2.	367,3 – 530,5	“Tidak cukup Setuju”
3.	530,6 – 693,7	“Netral”
4.	693,8 – 856,9	“Cukup Setuju”
5.	857 – 1022	“Sangat Setuju”

Sumber: Peneliti, (2023)

3.8.2 Uji Kualitas Data

Menurut Fauzy (2019), pengujian kualitas data adalah salah satu alat evaluasi yang sangat membantu, bahkan menjadi dasar penelitian, dimana konteks pengujian kualitas data cukup berperan penting dalam menilai kualitas suatu penelitian, khususnya dengan melalui tahapan-tahapan reliabilitas dan validitas.

2.8.2.1 Uji Validitas

Mengenai penerapan tes untuk menetapkan titik-titik kebenaran dalam membandingkan persamaan antara objek yang diamati dengan data yang dilaporkan, Data dinyatakan valid jika ada kesamaan (Sugiyono, 2019: 361). Untuk menghitung nilai koefisien dalam penelitian ini, rumus product moment berikut digunakan:

Rumus 3. 3 Product moment angka dasar

$$r_{XY} = \frac{n(\sum XY - (\sum X)(\sum Y))}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Sumber:(Sugiyono, 2019)

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien antar korelasi X dan Y

N = Jumlah subjek

$\sum xy$ = Jumlah perkalian X dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah Kuadrat X

Menggunakan perangkat lunak SPSS, peneliti mengevaluasi keandalan data yang mereka periksa. Untuk menyelesaikan prosedur perbandingan, nilai *r hitung* dan *rtabel* dibandingkan. Jika nilai *r hitung* melebihi nilai *rtabel* maka data dianggap valid; jika bernilai lebih kecil atau kurang dari *rtabel* maka data dianggap tidak valid. Hal ini memungkinkan seseorang untuk mengukur seberapa mirip data yang dilaporkan dan data yang diamati.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Sugiyono (2019:266) menjelaskan, menurut Hajar, reliabilitas suatu instrumen adalah kemampuannya untuk memberikan hasil yang konsisten atau identik ketika diuji pada subjek yang secara terus menerus dalam periode waktu yang berbeda. Dengan kata lain, ketergantungan adalah ukuran seberapa besar seseorang dapat mengandalkan suatu instrumen untuk mengukur atau mengamati suatu gagasan atau kejadian dalam jangka waktu yang lama. Kemampuan instrumen untuk secara konsisten menghasilkan hasil meningkat seiring dengan tingkat reliabilitasnya.

Menurut Conbranch Alpha, ada metode pengujian reliabilitas yang menguji dengan membelah dua. Ini adalah rumusnya:

Rumus 3. 4 Conbranch Alpha

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{\sum ab^2}{at^2} \right]$$

Sumber: (Sugiyono, 2019)

Keterangan:

r_i = Reliabilitas internal secara keseluruhan

r_b = Korelasi antara belahan pertama dan kedua

Derajat reliabilitas dapat dikatakan memadai jika koefisien korelasi yang dicapai mendekati 0,6. Namun dapat dikatakan tingkat reliabilitasnya kurang atau tidak dapat dipercaya jika koefisien korelasinya kurang dari 0,6.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari berbagai langkah, yang semuanya harus memenuhi persyaratan tertentu. Studi ini menggunakan uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Ketiga tahap pengujian regresi linier berganda bergantung pada hasil dan pemenuhan standar.

3.8.3.1 Uji Normalitas

Pengujian ini menggunakan histogram yang berusaha menggambarkan data agar dapat diselidiki. Data tersebut kemudian dapat dijadikan bahan pembandingan dengan data yang ditampilkan, dan sebaran datanya mendekati nilai kenormalan (Ghozali, 2018: 161-163). Dalam penelitian ini, tiga prosedur alternatif digunakan untuk menguji normalitas: uji histogram, uji plot probabilitas normal, dan uji Kolmogorov-Smirnov.

Uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov mempunyai tingkat

signifikansi sebesar 0,05%. Cyrus R. Mehta dan Nitin R. Patel menunjukkan dalam tes Eksak IBS SPSS bahwa yang terbaik adalah memanfaatkan nilai P yang tepat dalam setiap tes eksak dalam sebuah penelitian, dengan kondisi berikut:

1. Apabila nilai sig eksak (2-tailed) lebih besar dari 0,05 maka pengujian dinyatakan lulus.
2. Apabila nilai sig eksak (2-tailed) sebesar 0,05 maka pengujian dinyatakan gagal.

Terdapat syarat dan kriteria untuk menunjukkan bahwa data mempunyai distribusi normal bila menggunakan histogram dalam pengujian normalitas. Kurva distribusi yang berbentuk lonceng dikatakan normal. Sebaliknya, data dianggap tidak normal apabila kurvanya tidak membentuk lonceng dan menyimpang. Hal ini menunjukkan data tersebut tidak sesuai dengan parameter pengujian.

Selain itu, plot probabilitas normal dapat digunakan untuk menarik kesimpulan tentang data yang terdistribusi normal sesuai dengan aturan dan persyaratan tertentu. Jika hasil pengujian pada gambar tampak berupa titik-titik yang menunjuk pada garis diagonal atau memperlihatkan pola yang berdekatan, maka distribusinya dikatakan normal. Sebaliknya, data dianggap gagal dalam pengujian ini jika pola titiknya berdekatan atau gagal menghasilkan garis diagonal.

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Tujuan utama dari dilakukannya uji multikolinearitas menurut perspektif Ghozali, 2018:107–108 adalah untuk mengetahui ada tidaknya keterkaitan antar

variabel independen. Apabila variabel-variabel independen tidak menunjukkan indikasi multikolinearitas atau hubungan, maka model regresi dianggap beroperasi secara efektif. Untuk memastikan apakah terdapat gejala multikolinearitas, digunakan uji Glejser. Diantara kriteria evaluasinya adalah

1. Jika nilai toleransi $< 0,10$ maka terdapat indikasi multikolinearitas.
2. Nilai toleransi $> 0,10$ menunjukkan tidak terdapat indikasi multikolinearitas.
3. Adanya gejala multikolinearitas ditunjukkan dengan nilai VIF atau variance inflasi faktor $> 0,10$.
4. Tidak adanya gejala multikolinearitas ditunjukkan dengan nilai VIF atau faktor inflasi variance $< 0,10$

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018:137) berpendapat bahwa uji heteroskedastisitas hendaknya digunakan sebagai teknik untuk mengidentifikasi variasi residu yang tidak seragam dari satu periode pengamatan ke periode pengamatan berikutnya. Model regresi dapat dikatakan berhasil jika penelitian tidak menunjukkan bukti adanya heteroskedastisitas. Analisis korelasi antara nilai residu absolut dengan variabel independen lainnya merupakan metode yang digunakan untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas pada data. Untuk menyimpulkan bahwa tidak terdapat kecenderungan heteroskedastisitas dalam penelitian, maka variabel independen harus memiliki tingkat signifikansi $\geq 0,05$ sesuai dengan teknik Glejser.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Uji Regresi Linier Berganda

Karena banyak elemen yang terlibat dalam penelitian ini, tes ini penting. Penelitian sering menggunakan analisis ini (Ghozali, 2018:95) untuk menyelidiki hubungan antara variabel X dan Y. Dalam kasus ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana periklanan, rating pelanggan, dan kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian.

Rumus 3. 5 Regresi Linier Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2x_2 + b_3x_3 \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

X, Y = Variabel yang bebas

A = Konstanta

Bn = Koefisien regresi untuk setiap variabel yang ada

X1 = Kepuasan Pelanggan

X2 = Rating Pelanggan

X3 = Kepercayaan Pelanggan

e = *Error*

Sumber: (Sanusi, 2017: 135)

3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi atau (R²) secara umum membantu menunjukkan seberapa baik suatu model penelitian dapat menjelaskan variabel terikat, klaim Chandrarin (2018:97). Kemungkinan besar variabel dependen terpengaruh dari faktor-faktor tambahan yang tidak termasuk dalam model apabila nilai R²nya

kecil, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen tidak cukup mampu menangkap perubahan variabel dependen. Variabel bebas dianggap memberikan kontribusi terbesar jika nilai koefisien determinasi (R^2) mendekati 1. Selanjutnya, nilai R Kuadrat yang disesuaikan, yang merupakan nilai yang disesuaikan oleh peneliti, dianggap sesuai jika nilainya lebih besar dari 0,5. Ini disebabkan oleh fakta bahwa rentang nilai R Kuadrat yang disesuaikan adalah antara 0-1 (Ghozali, 2018:98). Koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus berikut:

Rumus 3. 6 Rumus Koefisien Determinasi

$$D = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

D: Koefisien Determinasi

R: Koefisien Korelasi Variabel Bebas dan Variabel Terikat

Sumber: (Sanusi, 2017: 135)

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji T

Uji t pada hakikatnya berfungsi sebagai alat untuk mengetahui sejauh mana pengaruh berbagai faktor independen terhadap variabel dependen menurut Chandrarin (2018:179). Uji ini menggunakan tingkat signifikansi 5% (0,05). Dengan demikian, apabila nilai signifikansi variabel < 0,05 maka dianggap berpengaruh. Ghozali (2018:99) menguraikan beberapa persyaratan uji t, antara lain:

Rumus 3.7 T hitung

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

Keterangan:

r = koefisien

n = Jumlah/ total

1. Hipotesis diterima bila $\text{sig} < 0,05$, sebaliknya jika $\text{sig} > 0,05$ maka ditolak
2. Perbandingan antara nilai statistik t terhadap titik kritis didasarkan menurut nilai tabel. Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima, sedangkan jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak.

Sumber: (Sanusi, 2017: 123)

3.9.2 Uji F

Ghozali (2018:179) menyatakan bahwa tujuan utama pengujian f adalah untuk mengetahui seberapa besar seluruh variabel dependen dapat mempengaruhi variabel independen secara simultan. Pengujian ini menentukan apakah variabel Y_1 mempunyai hubungan linier dengan X_1 , X_2 , dan X_3 secara kolektif, dan pengujian ini berfokus pada signifikansi garis regresi secara keseluruhan. Uji ini juga menggunakan tingkat signifikansi 5% (0,05). Berikut daftar lengkap prasyarat yang harus dipenuhi untuk dapat melakukan uji f.

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2/K}{1 - R^2 (n-k-1)}$$

Rumus 3.8 T hitung

Keterangan:

r = koefisien berganda

n = Jumlah/total sample

k = Total variabel bebas

1. Bila $\text{sig} f < 0,05$ maka hipotesis diterima, sedangkan hipotesis tidak diterima jika $\text{sig} f > 0,05$.

2. H_0 akan diterima jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, sedangkan H_0 akan ditolak apabila nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$.

Sumber: (Sanusi, 2017: 126)