

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan mengikuti desain deskriptif. Penelitian deskriptif seperti yang dijelaskan (Sugiyono et al., 2019), selaras dengan paradigma positivis dan terbukti bermanfaat dalam meneliti populasi dan sampel. Dalam ranah penelitian kuantitatif, penelitian ini juga mengadopsi metode survei. Meskipun survei dapat dilakukan pada komunitas dengan berbagai ukuran, data yang dikumpulkan harus mewakili komunitas yang diteliti secara akurat (Sugiyono et al., 2019).

Tujuan utama dari penelitian kuantitatif deskriptif ini adalah untuk menguji hipotesis yang berkaitan dengan variabel dalam studi representatif yang dilakukan pada komunitas tertentu. Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, digunakan kuesioner yang dirancang dan divalidasi dengan cermat, yang bertujuan untuk memberikan penjelasan dan bukti sistematis mengenai subjek yang diteliti. Para peneliti bertujuan untuk memahami dampak ulasan pelanggan, penilaian pelanggan, dan promosi gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian di Shopee, serta mengeksplorasi semua gejala yang terkait dengan variabel penelitian.



	Belakang Penelitian	■	■												
2	Perumusan Masalah Penelitian			■	■	■									
3	Studi Pustaka					■	■								
4	Metodologi Penelitian							■							
5	Pembagian Kuesioner								■	■					
6	Penyerahan Kuesioner									■	■				
7	Pengolahan Data											■			
8	Analisis Data											■	■		
9	Kesimpulan													■	■

Sumber: Peneliti, 2023

### 3.4. Populasi dan Sampel

#### 3.4.1. Populasi

Menurut (Sugiyono et al., 2019), populasi mengacu pada keseluruhan wilayah generalisasi yang memuat subjek atau objek yang memiliki kuantitas dan karakteristik unik yang dipelajari peneliti untuk menarik kesimpulan yang menarik. Dalam konteks penelitian ini, populasinya mencakup seluruh individu yang menggunakan aplikasi shopee untuk membeli produk fashion dari shopeemall di kecamatan buliang, kabupaten batu aji, dan kota Batam.

#### 3.4.2. Sampel

Sampel menurut (Sugiyono et al., 2019), yaitu upaya memastikan hasilnya mewakili pengalaman konsumen, penelitian ini menerapkan pengambilan sampel spesifik populasi, terbatas pada individu yang diidentifikasi sebagai konsumen di

Kelurahan Buliang yang memanfaatkan shopee untuk membeli produk fashion dari shopee Marketplace.

### 3.4.2.1. Teknik Penentuan Besar Sampel

Sebagaimana diuraikan oleh (Suryaningrum et al., 2019), jumlah pasti suatu populasi tidak selalu diketahui secara pasti. Oleh karena itu, ketika menentukan ukuran sampel, perlu menggunakan rumus yang dirancang untuk populasi yang ukurannya tidak diketahui. Rumusnya adalah sebagai berikut::

$$n = p \times q \left( \frac{Z^{\alpha} / 2}{e} \right)^2$$

**Rumus 3.1** *Unknown Populations*

Keterangan:

n = Jumlah sampel

$Z^{\alpha} / 2$  = nilai Z tabel

e = error (10%)

p : Precisius (5%)

q : Quality (jumlah estimasi = ( 0,5)

$n = 0,5 \times 0,5 \left( \frac{1,96}{0.1} \right)^2$

n = 96,04

Dengan menggunakan rumus yang diberikan, penghitungan ukuran sampel awal menghasilkan 96,04. Namun, mengingat potensi keterbatasan sampel yang sedikit lebih kecil dan pentingnya kemampuan generalisasi yang kuat, penelitian ini akhirnya memilih ukuran pembulatan sampel menjadi 100. Keputusan ini memastikan kekuatan statistik yang memadai dan meningkatkan keandalan temuan yang diperoleh.

### 3.4.3. Teknik Sampling

Menyadari perlunya pendataan atas responden yang ditargetkan, penelitian ini menggunakan strategi *purposive sampling*, yaitu teknik *non-probabilitas* yang berfokus pada pemilihan partisipan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Pendekatan ini mengutamakan relevansi dengan pertanyaan penelitian dibandingkan memastikan kemungkinan seleksi yang sama bagi seluruh anggota populasi (Sugiyono, 2013:81). Menurut (Sugiyono, 2013:84), *purposive sampling* adalah metode pemilihan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu. Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kriteria penelitian ini meliputi penggunaan aktif Marketplace Shopee untuk pembelian produk fashion dan tempat tinggal di wilayah kecamatan Buliang.
2. Hanya individu berusia 17 tahun ke atas yang memenuhi syarat untuk berpartisipasi.

### 3.5. Sumber Data

Untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini, sumber primer dan sekunder digunakan. Data primer, sebagaimana didefinisikan oleh (Sugiyono et al., 2019), Penelitian ini menggunakan data langsung yang diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada sampel sasaran warga di Kelurahan Buliang, Kecamatan Batu Aji, Kota Batam. Orang-orang ini diidentifikasi sebagai pembeli aktif produk fashion di Marketplace Shopee. Di sisi lain, data sekunder, menurut (Sugiyono et al., 2019), merupakan data yang tidak diperoleh secara langsung melainkan bersumber dari dokumentasi. Dalam penelitian ini, data sekunder

diperoleh dari jurnal penelitian sebelumnya, buku-buku yang relevan, dan data yang tersedia di situs resmi, yang berfungsi sebagai dasar untuk mengolah informasi penting untuk penelitian ini.

### 3.6. Metode Pengumpulan Data

Populasi sasaran penelitian ini adalah warga Kelurahan Buliang, Kecamatan Batu Aji, Kota Batam yang aktif melakukan pembelian produk fashion di platform online Shopee. Tautan kuesioner didistribusikan melalui Google Formulir untuk memfasilitasi pengumpulan data. Skala Likert yang dijelaskan oleh (Sugiyono, 2013, p. 93) sebagai skala pengukuran untuk menilai karakteristik individu, saran, dan pandangan terhadap fenomena sosial, digunakan dalam kuesioner penelitian ini untuk mengukur dan menguraikan variabel indikator.

**Tabel 3.2** Skala Likert

<b>Pernyataan</b>	<b>Simbol</b>	<b>Skor</b>
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

### 3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2013, p. 38), Variabel mewakili ciri-ciri kegiatan dengan nilai-nilai tertentu yang ditentukan oleh peneliti, memudahkan kajian dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini digunakan dua jenis variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

#### 3.7.1. Variabel Independen

Menurut (Sugiyono et al., 2019), Variabel terikat dicirikan oleh daya

tanggapnya terhadap perubahan atau hubungan dengan tingkat variabel bebas yang bersangkutan. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu Customert Review (X1), Customer Rating (X2) dan Promosi Gratis Ongkos Kirim (X3).

### 3.7.2. Variabel Dependen

Menurut (Sugiyono et al., 2019), Variabel terikat, menurut Sugiyono dkk. (2019), merupakan hal yang dipengaruhi atau diakibatkan oleh perubahan variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian (Y).

**Tabel 3.3** Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala Ukur
1.	Customer Review (X1)	narasi yang merinci pertemuan individu dengan produk dan layanan. Narasi-narasi ini merangkum spektrum perspektif, mulai dari yang menguntungkan hingga yang tidak menguntungkan. (Marlina, 2022)	1. <i>Perceived Usefulness</i> 2. <i>Source credibility</i> 3. <i>Argument quality</i> 4. <i>Valanci</i>	<i>Likert</i>
2.	Customer Rating (X2)	representasi visual dari kualitas yang dianggap berasal dari produk oleh konsumen. Akibatnya, <i>Online Customer Rating</i> yang tinggi menunjukkan penyediaan produk atau layanan yang baik oleh penjual (Latief & Ayustira, 2020)	1. <i>Rating</i> keseluruhan produk 2. <i>Rating</i> fitur produk	<i>Likert</i>

3.	Promosi Gratis Ongkos Kirim	promosi pengiriman gratis yang disediakan dalam rangka membebaskan konsumen dari kekhawatiran menanggung biaya pengiriman	1. Perhatian 2. Ketertarikan 3. Keinginan 4. Tindakan	<i>Likert</i>
4.	Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian merupakan hasil dari perilaku konsumen. Pelanggan melalui serangkaian langkah sebelum melakukan pembelian, dan pelanggan hanya memutuskan untuk membeli sesuatu setelah mempertimbangkan semua pilihan (H. F. Nasution, 2018, p. 28).	1. Butuh Pengakuan 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pasca Pembelian	<i>Likert</i>

**Sumber:** Data Penelitian 2023

### 3.8. Metode Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2014, p. 243), Analisis data kuantitatif merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mengkaji data guna menjawab seluruh rumusan masalah dan hipotesis yang dirumuskan. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif berfungsi sebagai alat statistik yang digunakan untuk proses analisis data

#### 3.8.1. Analisa Deskripsi

Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif untuk mendeskripsikan data yang dikumpulkan secara jelas dan ringkas, khususnya tanggapan kuesioner yang disebarakan kepada warga Kelurahan Buliang, Kecamatan Batu Aji, Kota Batam, yang aktif membeli produk fashion di

marketplace Shopee (Sanusi, 2017, p. 13), Statistik deskriptif akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis dan menjelaskan data. Sebelum melakukan analisis deskriptif, penting untuk menetapkan serangkaian skala yang dapat menjadi pedoman acuan dalam proses analisis:

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

M

### Rumus 3.2 Rentang Skala

Keterangan:

RS = Rentang skala

n = jumlah sampel

M = Jumlah alternatif jawaban per sampel

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

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

$$= 80$$

**Tabel 3.4** Rentang Skala

No	Rentang Skala	Kategori
1	100-180	Sangat Tidak Setuju
2	181-261	Tidak Setuju
3	262-342	Netral
4	343-423	Setuju
5	424-504	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti, 2023

### 3.8.2. Uji Kualitas Data

#### 3.8.2.1. Uji Validas Data

Menurut (Ghozali, 2018:161) Uji valid digunakan untuk menilai apakah variabel bebas dan variabel terikat dalam suatu model regresi mempunyai distribusi normal.

$$r_{xy} = \frac{\sum (O_{ij} - \bar{O}_i)(\bar{O}_j - \bar{O})}{\sqrt{\sum (O_{ij} - \bar{O}_i)^2 \sum (O_j - \bar{O})^2}}$$

### Rumus 3.5 Uji Normalitas

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien

Korelasi = Nominal Responden

$\chi_i$  = Nilai Instrumen

$\gamma_i$  = Nilai Kriteria

### 3.8.2.2. Uji Reabilitas Data

Menurut (Ghozali, 2018:45) pengujian reliabilitas berfungsi sebagai alat untuk mengukur hasil kuesioner yang mencakup indikator seluruh variabel yang tergabung dalam penelitian.

$$k = \frac{k \{1 - \sum S_{i2}\}}{(k - 1) S_{i2}}$$

### Rumus 3.4 Uji Reliabilitas

Keterangan:

$r_i$  = Koefisien reliabilitas

Alfa Cronbachk = Nominal unit per soal

$\sum S_{i2}$  = Nominal varians nilai dalam setiap unit soal

$St^2 =$  Varians total

### **3.8.3. Uji Asumsi Klasik**

Pengujian untuk memastikan kualitas data sangat penting sebelum menggunakannya untuk analisis. Pemeriksaan ini membantu mencegah masalah yang timbul dari pola data yang tidak normal atau bermasalah. Tiga pengujian penting yang berperan dalam proses validasi ini adalah Uji Normalitas, yang bermakna penilaian untuk memastikan bahwa sebaran data menyerupai kurva lonceng, yang umum terjadi pada sebagian besar kumpulan data. Penyimpangan dari pola kurva lonceng ini dapat mempersulit analisis dan interpretasi. Setelah itu dilakukan Uji Multikolinearitas yang dimana Uji ini mengevaluasi apakah variabel-variabel dalam data menunjukkan kemiripan yang berlebihan. Mendeteksi multikolinearitas sangatlah penting, karena variabel yang berkorelasi tinggi dapat mengaburkan dampak masing-masing variabel terhadap hasil. Terakhir akan dilakukan Uji Heteroskedastisitas yang mana Uji ini menilai apakah sebaran data tetap konsisten pada berbagai nilai variabel independen. Penyebaran yang tidak merata dapat mempersulit penentuan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

#### **3.8.3.1. Uji Normalisasi**

Menurut (Ghozali, 2018, p. 161), Uji ini dilakukan untuk mengukur keakuratan data, sehingga memperkuat kepercayaan dan menjaga terhadap kemungkinan penafsiran yang menyimpang.

Uji normalitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah suatu dataset

terdistribusi secara normal, yang diwakili oleh kurva berbentuk lonceng. Distribusi ini sangat penting dalam beberapa analisis statistik karena berbagai uji statistik mengasumsikan bahwa data mengikuti distribusi normal. Hasil yang tidak akurat dan kesimpulan yang salah dapat terjadi jika data tidak mengikuti distribusi normal, menekankan pentingnya uji normalitas dalam menentukan reliabilitas inferensi statistik. Uji Kolomgorov-Sminrov (K-S) dan P-P Plot adalah dua metode yang digunakan dalam uji normalitas. (Kurniawan, 2019: 149)

#### **3.8.3.2. Uji Multikolonerietas**

Menurut Tanzeh and Arikunto dalam (Baihaqi et al., 2022), uji multikolinearitas berfungsi sebagai teknik untuk menentukan apakah terdapat korelasi yang kuat atau hampir sempurna antar variabel independen. Pemeriksaan nilai VIF (Variance Inflation Factor) membantu mengetahui adanya multikolinearitas pada regresi. Jika nilai VIF melebihi 10 maka menunjukkan adanya gejala multikolinearitas. Sebaliknya nilai VIF dibawah 10 menunjukkan tidak adanya multikolinearitas.

#### **3.8.3.3. Uji Hetorekedastisitas**

Menurut Tanzeh and Arikunto dalam (Baihaqi et al., 2022), menjelaskan bahwa uji heteroskedastisitas merupakan metode yang digunakan untuk menilai apakah varians residu tetap konsisten pada pengamatan yang berbeda. Pengujian ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode Scatter Plot, yaitu memplot nilai prediksi (ZPRED) terhadap nilai sisa (SRESID).

#### **3.8.4. Uji Pengaruh**

### 3.8.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (sanusi, 2017, p. 134), Mengungkap sebab dan akibat dalam suatu permasalahan yang rumit sering kali memerlukan penggalan lebih dalam daripada menganalisis satu variabel saja. Analisis regresi berganda berfungsi sebagai alat yang tepat untuk mengeksplorasi permasalahan ini. Hal ini membuka kemampuan untuk menyelidiki bagaimana beberapa variabel independen saling terkait dan berkontribusi dalam membentuk satu variabel dependen. Hal ini memungkinkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang hubungan yang terjadi.

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

**Rumus 3.6** Analisis Regresi Linier Berganda

Keterangan :

- Y = Keputusan Pembelian
- a = Konstanta
- X1 = *Online Customer Review*
- X2 = *Online Customer Rating*
- X3 = Promosi Gratis Ongkos Kirim
- b = Koefisien Regresi

### 3.8.4.2. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Menurut (Ghozali, 2018, p. 97), Uji koefisien determinasi mengukur besarnya kontribusi variabel X atau lebih terhadap variabel Y yang dikuantifikasi sebagai koefisien determinasi.

$$Kd = r \times 100\%$$

**Rumus 3.7** Uji Koefisien Determinasi

Keterangan :

$K_d =$  Koefisien determinasi  $r =$  koefisien korelasi

Koefisien determinasi Berkisar antara 0 hingga 1 ( $0 < R^2$  yang disesuaikan  $< 1$ ), suatu model dianggap baik jika nilai koefisiennya mendekati 1, yang menandakan adanya hubungan yang kuat antara variabel independen dan dependen (Dedeh & Hasibuan, 2021)

### **3.9. Uji Hipotesis**

Menurut (Fitri et al., 2022), Pengujian hipotesis menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti. Uji-t dan uji F adalah teknik pengukuran eksklusif yang digunakan penulis untuk pemeriksaan ini.

#### **3.9.1. Uji t (Parsial)**

Menurut (Ghozali, 2018), menyatakan uji parsial, atau uji-t, meneliti pengaruh variabel independen individu dalam menjelaskan variabel terkait. Dilakukan pada tingkat signifikansi  $< 0,05$  dan derajat kebebasan  $(n-k-1)$  Berikut kriteria uji t :

1. Apabila t-statistik hitung melebihi nilai t kritis dari t-tabel, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Hal ini menandakan adanya pengaruh parsial yang signifikan secara statistik.
2. Sebaliknya, jika t-statistik hitung berada di bawah nilai t kritis, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) dipertahankan dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak. Hal ini berarti tidak adanya pengaruh parsial yang signifikan secara statistik.