

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian akan menggunakan pendekatan kuantitatif, yang didasarkan pada aliran positivisme. digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu dan menggunakan instrumen penelitian kuantitatif berguna menguji hipotesis yang telah dipastikan (Sugiono, 2020:16). Studi ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif karena diperlukan untuk menguji teori bahwa pengaruh *viral marketing*, *online customer review* dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk fashion pada shopee di Kota Batam.

3.2 Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang dibrlakukan dalam metode ini adalah replikasi. Ini dapat digambarkan sebagai penelitian yang didasarkan pada kajian sebelumnya tentang subjek atau fenomena yang sama dengan cara dan variabel yang sama, tetapi dengan objek, variabel, dan jeda waktu yang berbeda.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian hendak mengambil tempat pada wilayah Kecamatan Batam Kota.

3.3.2 Periode Penelitian

Periode Penelitian dilakukan dari Maret 2023 hingga Agustus 2024, dengan tahap awal menentukan judul skripsi dan tahap akhir menyelesaikannya. Periode penelitian ditunjukkan dalam table dibawah:

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

No	Keterangan	Bulan				
		Maret 2024	April 2024	Mei 2024	Juni 2024	Juli 2024
1	Pengajuan Judul					
2	Pendahuluan					
3	Studi Pustaka					
4	Metodologi penelitian					
5	Penyebaran Kuesioner					
6	Pengelola Data					
7	Hasil dan Pembahasan					
8	Kesimpulan					

Sumber : Data Penelitian (2024)

3.4 Definisi Variabel Penelitian Operasional Variabel

3.4.1 Definisi Variabel

Variabel merupakan seluruh perihal dalam bermacam wujud yang diselidiki oleh peneliti, sehingga bisa memberikan informasi mengenai subjek penelitian serta memungkinkan pengambilan kesimpulan (Sugiyono, 2020: 67). Variabel juga bisa diartikan selaku ciri dari aspek keilmuan ataupun aktivitas khusus. Ada dua jenis variabel: variabel terikat (terpengaruh) dan variabel bebas (mempengaruhi). Variabel berikut akan digunakan dalam penelitian: Variabel depeden berupa Keputusan Pembelian (Y)

1. Variabel idenpenden berupa :

a. *Viral Marketing* (X1)

b. *Online Customer Review* (X2)

c. Kepercayaan (X3)

3.4.2 Definisi Operasional Variabel

Oleh Sugiyono (2022:38), variabel penelitian merupakan seluruh perihal yang dipastikan oleh peneliti buat dipelajari sehingga bisa dihasilkan informasi mengenai perihal tersebut dan setelah itu ditarik kesimpulan. Definisi operasional merupakan definisi yang dipakai buat menjelaskan variabel berlandaskan kegiatan ataupun pengukuran khusus sebagai bagian dari penelitian.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
1	<i>Viral Marketing</i>	<i>Viral marketing</i> merujuk pada kalangan referensi khusus untuk menentukan mereka untuk memutuskan pembelian (Diawati et al., 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>The messenger</i> 2. <i>Message</i> 3. <i>Environment</i> 	<i>Likert</i>
2	<i>Online Customer Review</i>	<i>Online customer review</i> merujuk pada pandangan yang disampaikan dengan online oleh pelanggan mengenai pengalaman mereka memakai serta membeli produk dari bermacam perspektif (Luh Kadek Budi Martini et al., 2022).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesadaran 2. Frekuensi 3. Perbandingan 4. Pengaruh 	<i>Likert</i>
3	Kepercayaan	Kepercayaan merujuk pada keinginan pelanggan jika penyedia layanan dapat diyakini ataupun diharapkan dalam memenuhi janjinya (Ilmiyah & Krishernawan, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan 2. Kebaikan hati 3. Integritas 	<i>Likert</i>
4	Keputusan Pembelian	Seorang dalam membeli sesuatu produk ataupun	1. Mencari informasi	<i>Likert</i>

		layanan. Ini dapat mencakup aspek seperti harga, kualitas produk, merek, promosi, distribusi, preferensi individu, serta pengalaman sebelumnya (Ilmiyah & Krishernawan, 2020)	2. Mengevaluasi opsi 3. Mengambil keputusan pembelian 4. Perilaku setelah pembelian	
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------	--

Sumber : Data Sekunder, (2024)

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi dapat berupa individu, kelompok, organisasi, atau area khusus yang terkait dengan tujuan penelitian. Populasi juga dapat merujuk pada golongan atau wilayah yang lebih umum yang terdiri dari item atau individu yang memiliki kualitas atau kemampuan tertentu terseleksi oleh peneliti untuk diteliti. perlu memastikan populasi dengan teliti karena hal ini akan memengaruhi kebenaran dan generalisasi hasil penelitian. (Sugiyono, 2019:127). Dalam penelitian ini, populasinya yakni para pelanggan produk fashion pada shopee di Kota Batam tempatnya di Kecamatan Batam Kota dengan pelanggan yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya.

3.5.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel bisa dimaksud segian dari jumlah serta karakter yang dipunyai oleh suatu populasi (Sugiyono, 2020: 127). Sumber asli dari suatu penelitian didefinisikan sebagai sekelompok populasi. Pada penelitian ini, sampelnya adalah pelanggan shopee Kota Batam yang tidak diketahui secara pasti. Karena itu, peneliti akan menggunakan metode *Jacob Cohen* untuk menentukan jumlah sampel, yaitu:

$$N = \frac{L}{f^2} + \mu + 1$$

Rumus 3. 1 R *Jacob Cohen*

Sumber : (Karinina & Rustam, 2023)

Keterangan :

N = Ukuran sampel

F^2 = *Effect size* (0,10)

μ = Besar ubahan (5)

L = Fungsi power (μ), hasil dari tabel

Power (p) = 0.95 dan *Effect size* (f^2) = 0,1

Harga L tabel dengan t.s 1% power 0.95 dan $\mu = 5$ adalah 19.76

Jika dilihat rumus diatas, dalam penelitian ini sampel yang terlihat sejumlah :

$$N = \frac{L}{f^2} + \mu + 1$$

$$N = \frac{19.76}{0,1} + 5 + 1$$

$$N = 197,6 + 5 + 1$$

1. N = 203,6 digabungkan menjadi 204 individu yang menjawab

Sebagai sampel penelitian, sebanyak 204 responden akan terlibat.

3.5.3 Teknik Sampel

Metode sampling dengan bisa dipergunakan sebagai tahap dalam sampel dengan memberikan perhatian dan penyebaran populasinya supaya didapati representifnya suatu sampel. Sampel penelitiannya ini menerapkan metode non probability sampling ialah sampel jenuh yang sampelnya didapatkan dari semua anggota populasi. Oleh karena itu, sampel penelitian ini dianggap memenuhi persyaratan jika:

1. Responden adalah warga Kota Batam, terutama Kecamatan Batam Kota.

2. Responden pengguna aplikasi shopee

3.6 Sumber Data

Berikut ini adalah dua jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini: data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian.

2. Data sekunder

Data dikumpulkan secara tidak langsung atau melalui perantara, seperti situs web.

3.7 Metode Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini memakai observasi non-partisipasi dalam kuesioner kepustakaan berikutnya; peneliti melihat partisipan tanpa memiliki hubungan langsung dengan mereka. Nilai 1 sangat tidak setuju), poin 2 tidak setuju, poin 3 netral, poin 4 setuju, dan poin 5 sangat setuju pada skala likert. Pengumpulan data dibagikan kepada responden dalam bentuk formulir Google yang disebarluaskan melalui internet atau di media sosial seperti WhatsApp dan Telegram.

Studi kepustakaan adalah metode awal untuk membuat kerangka dan tujuan penelitian yang bermanfaat. Ini digunakan untuk mendapatkan informasi untuk menggandakan sajian teori dan memperluas pemahaman tentang tujuan penelitian. Peneliti harus menulis, mencermati, mengolah, dan menganalisa data setelah mereka mengumpulkannya. Tabel 3.3 menunjukkan skala likert.

Tabel 3. 3 Skala Likert

Skala Likert	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Penelitian (2024)

3.8 Metode Analisis Deskriptif

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Dalam teori penelitian kuantitatif deskriptif ini, analisis statistik deskriptif bermanfaat untuk menganalisis data. Analisis ini menjelaskan bagaimana sampel penelitian spesifik dengan menggunakan rerata, standar defiasi, maksimum, dan minimal. Analisis ini juga menjelaskan bagaimana peristiwa dalam penelitian dihubungkan dengan teori yang mendasari penelitian. Untuk menggambarkan tanggapan responden terhadap variabel penelitian, perlu digunakan program SPSS; program ini membantu dalam proses analisis data.

Rumus Berikut ini adalah rumus analisis deskriptif yang digunakan untuk rentang skala:

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

Rumus 3. 2 Rentang Skala

Sumber : (Selly & Rustam, 2022)

Keterangan :

n = Jumlah smpel

m = Total alternative tanggapan setiap poin

RS = Rentang skala

Berdasarkan rumusan sebelumnya, rentang skala dihitung sebagai berikut:

$$RS = \frac{204 (5 - 4)}{5}$$

$$RS = \frac{204 (4)}{5}$$

$$RS = 163,2$$

Tabel 3. 4 Klasifikasi Rentang Skala

No	Rentang Skala	Klasifikasi
1	204 – 367,2	Sangat Tidak Setuju
2	367,3 – 530,5	Tidak Setuju
3	530,6 – 693,7	Netral
4	693,8 – 856,9	Setuju
5	857 - 1020	Sangat Setuju

Sumber : Penelitian (2024)

3.8.2 Uji Kualitas Data

Data yang diolah adalah alat penting dalam penelitian.

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji ini selaras dengan statment dalam kuisisioner, uji ini berkualitas masukan dan responden dapat memahaminya sebaik mungkin. Ketika variabelnya berkorelasi dengan jumlah angka yang menunjukkan hasil yang searah dengan $\alpha = 0.05$, pernyataan dianggap valid. Kriteria uji validitas dapat dilihat dari analogi r hitung serta r tabel dengan tingkat signifikansi 0,05:

1. Item menunjukkan valid dengan ketentuan $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item tidak meneunjukkan valid dengan ketentuan $r_{hitung} < r_{tabel}$

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dijalankan dengan asumsi bahwa Alpha Crombach lebih dari 0,60 atau 60% dan variabel atau butir tersebut reliabel; sebaliknya, jika Alpha Crombach kurang dari 0,60 atau 60%, variabel atau butir tersebut tidak reliabel.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Untuk mengetahui kebenaran variabel bebas dan variabel terbatas termasuk dalam distribusi normal atau tidak normal, uji normalitas dapat digunakan. Ini dapat dilakukan dengan pengujian Kolmogorow Smirnov dengan sig 0,05 hingga informasi dalam distribusi normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji normalitas dapat digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas dan variabel terbatas termasuk dalam distribusi normal atau tidak normal. Untuk mencapai hasil ini, pengujian Kolmogorow Smirnov dengan sig 0,05 dapat digunakan untuk memasukkan informasi ke dalam distribusi normal.

1. $VIF > 10$, maka berpengaruh multikolinieritas.
2. $VIF < 10$, maka tidak berpengaruh multikolinieritas.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini menunjukkan terdapatnya ketidaknyamanan dalam suatu model regresi dan observasi satu dengan observasi yang lain. Untuk bisa mengetahui terdapatnya sebuah uji heteroskedastisitas dalam pengujian regresi linear berganda dengan tahap mencermati scatterplot... Bila probabilitasnya berangka $> \alpha$ (0,05) yang signifikan.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Aplikasi tepat dari rasio interval atau perbedaan yang ada atau lebih prediktor dikenal sebagai regresi linier berganda.

Rumusnya :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Rumus 3. 3 Regresi linier berganda

Sumber : (Nainggolan, 2024)

Keterangan :

Y = Variabel dependen

a = Konstantan

b = Koefisien regresi

X = Variabel idependen

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi ialah teknik pengukuran yang digunakan untuk menentukan seberapa akurat suatu proyek, dengan maksud bagaimana caranya berfungsi, dan berapa banyak hasil yang akan dihasilkan di masa depan. Nilai satu produk dapat dibagi dengan jumlah variabel yang menjadi nilai produk tersebut. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa R²= 0, regresi nilai tes tidak dapat diprediksi dengan lebih baik, dan hanya 42 orang dapat mencapai poin rata-rata. R²= 1, regresi nilai tes dapat diprediksi, tetapi dalam bentuk yang tidak sempurna tetapi lebih baik dari mencapai poin rata-rata. R²= 1, regresi menerima untuk memperkirakan nilai uji dengan sempurna.

3.8.5 Uji Hipotesis

Teori uji hipotesis mengatakan bahwa suatu hubungan formal mengenai hubungan yang dipertaruhkan harus diuji secara langsung. Pengaruh variabel independen, seperti pengaruh *marketing viral*, *online customer review* dan kepercayaan pada variabel dependen, adalah tujuan dari uji koefisien analisis regresi linear berganda.

3.8.5.1 Uji T (Parsial)

Pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen diteliti dalam uji parsial.

Berikut rumus uji T :

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

Rumus 3. 4 T hitung

Keterangan :

- t = Nilai T
- r = Koefisien korelasi
- r² = koefisien determinasi
- n = Total sampel

Syaratnya:

- a. Jika t hitung > t tabel, hasil signifikan. H0 ditolak, H1 diterima.
- b. Jika t hitung < t tabel, tidak signifikan. H0 diterima, H1 ditolak.

3.8.5.2 Uji F (Simultan)

Uji simultan melihat apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependennya.

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

Rumus 3. 5 F hitung

Keterangan :

R² = Koefisien determinasi

K = keseluruhan suatu variabel bebas

N = Total sampel

Ada kemungkinan bahwa variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya secara keseluruhan jika nilai Ftabel lebih kecil dari nilai Fhitung.