

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Gambaran penelitian merujuk dalam serangkaian tahapan yang digunakan dalam menjalankan suatu studi, yang berperan penting sebagai pedoman dalam mengumpulkan data, menentukan sampel, serta melakukan analisis. Dalam hal ini, pendekatan yang dipakai yaitu penelitian kuantitatif, yang cocok diterapkan pada populasi yang luas. Penelitian kuantitatif sangat efektif untuk pengujian hipotesis dengan memakai teknik analisis statistik yang tepat (Sugiyono, 2021). Metode ini berdasarkan pada pandangan filsafat positivisme, dengan fokus pada penelitian yang dilakukan pada populasi atau sampel tertentu melalui teknik pengambilan sampel acak, serta memanfaatkan alat untuk mengumpulkan data dan analisis statistik (Balaka, 2022). Pendekatan kuantitatif mencakup pengumpulan, analisis, penyajian, dan pengelolaan data dalam bentuk numerik dengan tujuan objektif untuk menyelesaikan masalah atau menguji hipotesis guna mengembangkan prinsip umum.

3.2 Sifat Penelitian

Studi ini akan mengadopsi pendekatan replikasi dengan melakukan studi ulang terhadap penelitian sebelumnya. Replikasi adalah kajian yang melibatkan penggunaan indikator, variabel, dan alat analisis yang serupa dengan yang diterapkan dalam penelitian terdahulu (JIUBJ, 2022). Maksud penelitian replikasi adalah untuk menguji sejauh apa keandalan temuan dan teori yang dihasilkan

sebelumnya. Meskipun ada kesamaan dengan studi sebelumnya, penelitian ini juga akan menambahkan variabel baru, memanfaatkan data yang lebih terkini, dan dilaksanakan pada masa yang beda.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Pengumpulan data ini dilaksanakan di Kota Batam. Pemilihan Kota Batam sebagai tempat penelitian didasarkan pada statusnya sebagai domisili peneliti. Keberadaan peneliti di kota ini memungkinkan akses yang lebih mudah dan mendalam terhadap permasalahan yang akan diteliti. Selain itu, familiaritas peneliti dengan lingkungan setempat diharapkan dapat mendukung proses pengumpulan data secara lebih efektif.

3.3.2 Periode Penelitian

Periode penelitian ini direncanakan berlangsung selama bulan September 2024 sampai Januari 2025, sesuai data yang telah diperoleh.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	September 2024	Oktober 2024	November 2024	Desember 2024	Januari 2025
		1	2	3	4	5
1.	Pengajuan Judul					
2.	BAB I					
3.	BAB II					
4.	BAB III					
5.	Penyebaran Kuesioner					
6.	BAB IV					
7.	BAB V					
8.	Finalisasi					

Sumber: Peneliti (2024)

3.4 Definisi Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Definisi Variabel

Variabel digambarkan selaku hal yang dialami oleh peneliti, sehingga dapat memperoleh informasi tentang topik yang dikaji dan membuat simpulan Sugiyono (2019). Penelitian akan menggunakan variabel-variabel berikut.

1. Variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian
2. Variabel independen yaitu,
 - a. Variabel Citra Merek (X^1)
 - b. Variabel *E-WOM* (X^2)
 - c. Variabel Kepercayaan (X^3)

3.4.2 Definisi Operasional Variabel

Karakteristik individu dan kegiatan yang dipelajari oleh peneliti serta kesimpulan yang diambil merupakan variabel penelitian. Penjelasan mengenai karakteristik variabel yang terkait dengan aktivitas, serta digunakan sebagai cara untuk mengukur variabel dalam penelitian disebut definisi operasional.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Citra Merek (X^1)	Pandangan atau penelitian terhadap suatu merek, kemudian dievaluasi oleh konsumen untuk menentukan apakah merek tersebut positif atau negatif.	1. Identitas Merek 2. Personalitas Merek 3. Asosiasi Merek 4. Sikap dan Perilaku Merek 5. Manfaat dan Keunggulan Merek	Likert

<i>E-WOM</i> (X^2)	Komentar baik atau buruk dari pengguna sebelumnya tentang layanan yang ditawarkan kepada pengguna lain melalui internet	1. Intensitas 2. Valensi Opini 3. Konten	Likert
Kepercayaan (X^3)	Keyakinan atau harapan seseorang terhadap integritas, kualitas, atau kemampuan orang lain, organisasi, atau produk dengan harapan bahwa mereka dapat memenuhi ekspektasi tersebut meskipun tidak pasti dan berisiko.	1. Kemungkinan 2. Ekuitas 3. Keandalan	
Keputusan Pembelian (Y)	Rencana atau proses pengambilan keputusan oleh konsumen yang tidak hanya melibatkan niat untuk membeli tetapi juga mencakup niat memikirkan berapa total produk yang dibutuhkan dalam rentang waktu tertentu untuk dikonsumsi dan digunakan.	1. Pemilihan Produk 2. Pemilihan Saluran Pembelian 3. Penentuan Waktu Pembelian 4. Jumlah Pembelian 5. Metode Pembayaran	Likert

Sumber: Data Sekunder (2024)

Format kuesioner variabel Citra Merek, *E-WOM*, Kepercayaan, dan Keputusan Pembelian.

Tabel 3.3 Usia, Jenis Kelamin, Pendapatan, dan Lama Penggunaan

No	Usia	Jenis Kelamin	Pendapatan	Lama Penggunaan
1.	17 - 25 Tahun	Laki-laki	< 5 Juta	< 7 Bulan
2.	26 - 35 Tahun	Perempuan	Rp 1 Juta - 5 Juta	7 - 12 Bulan
3.	36 - 45 Tahun		> 5 Juta	12 - 18 Bulan
4.	> 45 Tahun			> 18 Bulan

Tabel 3.4 Kuesioner Citra Merek (X1), *E-WOM* (X2), Kepercayaan (X3), dan Keputusan Pembelian (Y)

No	Citra Merek (X1)	ST	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Bukalapak memiliki slogan merek yang mudah diingat dan relevan dengan produk atau layanan yang ditawarkan.					
2.	Bukalapak selalu memperhatikan kepentingan pelanggannya.					
3.	Saya merasa nyaman saat berinteraksi dengan aplikasi Bukalapak.					
4.	Bukalapak sangat baik dan layak direkomendasikan ke orang lain.					
5.	Bukalapak memberikan solusi yang cepat dan memuaskan saat mengalami kendala.					
No	<i>E-WOM</i> (X2)					
1.	Review pada <i>E-commerce</i> Bukalapak selalu membantu saya dalam menentukan pilihan pembelian.					
2.	Sebelum saya berbelanja, saya melihat rating dan review positif dan negatif yang sudah pernah membeli produk yang ingin saya beli.					
3.	Ulasan yang saya baca di Bukalapak sering kali memberikan informasi yang sangat detail dan jelas tentang produk.					
No	Kepercayaan (X3)					
1.	Saya percaya bahwa sistem Bukalapak selalu berfungsi dengan baik dan tidak sering mengalami gangguan teknis.					
2.	Bukalapak melayani konsumen tanpa perbedaan perlakuan.					
3.	Saya merasa Bukalapak selalu memberikan pelayanan yang konsisten dan sesuai dengan ekspektasi saya.					

No	Keputusan Pembelian (Y)					
1.	Fitur filter dan kategori produk di Bukalapak memudahkan saya dalam memilih produk sesuai dengan preferensi saya.					
2.	Saya merasa proses pembelian melalui aplikasi Bukalapak lebih cepat dan efisien.					
3.	Saya merasa lebih nyaman dan bebas memilih waktu yang tepat untuk membeli produk di Bukalapak, karena platform ini tersedia 24 jam.					
4.	Saya dapat membeli produk dalam jumlah berapapun di aplikasi Bukalapak.					
5.	Keberagaman pilihan metode pembayaran membuat saya lebih sering berbelanja di Bukalapak.					

Sumber: Data Sekunder (2024)

3.5 Populasi Dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi ialah individu dan benda yang ditentukan peneliti di area generalisasi dengan ciri khusus yang perlu dipelajari, dianalisis, dan diambil simpulannya. Populasi yang menjadi subjek penelitian yaitu warga Kota Batam yang pernah dan masih menggunakan aplikasi Bukalapak.

3.5.2 Teknik Penentuan Jumlah Sampel

Sampel merupakan komponen yang menjadi wakil semua populasi penelitian (Sugiyono, 2020). Contoh yang dipakai adalah orang-orang yang memakai aplikasi Bukalapak di Batam. Pengambilan sampel menerapkan metode *Purposive Sampling*, dilakukan untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh dalam penelitian dapat diilustrasikan dengan mempertimbangkan secara khusus agar lebih representatif (Sugiyono, 2020). Pengguna aplikasi Bukalapak tidak diketahui

dengan pasti berapa banyak di Kota Batam, peneliti akan memakai rumus *Lemeshow* untuk mendapat jumlah sampel, berikut rumusnya

$$n = \frac{Z^2 P (1-P)}{d^2} \quad \text{Rumus 3.1 Rumus Lemeshow}$$

Sumber: (Sugiyono, 2019)

Keterangan:

- n : Ukuran sampel
- Z : Skor Z pada Tingkat kepercayaan 95% = 1,96
- P : Probabilitas estimasi maksimal 0,5
- d : Alpha (0,10) atau error sampling = 10%
- $$n = Z^2 P (1 - P) / d^2$$
- $$= 1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5) / 10\%^2$$
- $$= 96,04$$

Hasil perhitungan menggunakan rumus yang telah dijelaskan menunjukkan bahwa ukuran sampel penelitian mencapai 96,04 orang, dibulatkan menjadi 100 responden.

3.5.3 Teknik Sampling

Jenis populasi sampling yang digunakan yaitu purposive sampling dengan kriteria sampel berusia 17-45 Tahun dan merupakan pengguna aplikasi Bukalapak.

3.6 Sumber Data

Studi ini melibatkan data primer, yakni info yang dikumpul langsung dari responden. Data primer dikumpul lewat metode kuesioner. Dari itu, penelitian juga

memanfaatkan data sekunder yang diambil dari berbagai jurnal sebagai sumber acuan untuk mendukung penelitian ini.

3.7 Metode Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini mengumpulkan data lewat pembagian kuesioner yang bertujuan untuk mendapatkan informasi dari pengguna tentang pengaruh citra merek, *E-WOM*, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di platform *E-commerce* Bukalapak. Kuesioner tersebut dibuat menggunakan *Google Form* dan disebarakan kepada penduduk Kota Batam dengan menerapkan format Skala likert. Skala likert ialah metode yang lazim dipakai dalam penelitian survei guna menilai sikap, pendapat, atau pandangan pengrespon terhadap pertanyaan yg heterogen.

Metode ini pertama kali diperkenalkan oleh Rensis Likert pada tahun 1932 sebagai alat pengukuran yang sederhana, namun efektif dalam mendapatkan data. Umumnya, skala ini terdiri dari serangkaian pertanyaan dengan jumlah minimal empat item yang dirancang untuk mengevaluasi berbagai dimensi sikap individu (Setyawan & Atapukan, 2019).

Tabel 3.5 Skala Likert

Skala Likert	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber: Cornellya (2023)

3.8 Metode Analisa Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Penggunaan analisis deskriptif melibatkan analisis data yang menggambarkan serta memberikan deskripsi untuk mendapatkan gambaran yang jelas secara deskriptif. Lalu informasi akan diolah berdasarkan kriteria yang digunakan. Program SPSS akan digunakan untuk mendapatkan deskripsi jawaban responden terhadap variabel penelitian, karena program ini sangat penting untuk menganalisis data. Berikut rumusnya:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} \quad \text{Rumus 3.2 Rentang Skala}$$

Sumber: (Khoerunnisa, 2019)

Keterangan:

RS : Rentang skala

n : Jumlah sampel

m : Jumlah alternatif tanggapan

$$RS : \frac{100(5-1)}{5} = 80$$

Tabel 3.6 Klasifikasi Rentang Skala

No	Rentang Skala	Klasifikasi
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: Cornellya (2023)

3.8.2 Uji Kausalitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Pengujian validitas ialah proses mengevaluasi seberapa akurat dan tepat instrumen dalam mengukur suatu fenomena. Jika alat ukur dapat secara akurat merefleksikan objek yang diukur melalui kuesioner, maka instrumen tersebut dianggap valid. Keputusan mengenai validitas diambil berdasarkan perbandingan antara r_{hitung} dan r_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0,05.

$$r_x = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2] [n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Rumus 3.3 *Pearson Correlation*

Sumber: (Kuspriyono, 2019)

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi x dan y

x : Nilai tiap pertanyaan

n : Jumlah sampel

3.8.2.2 Uji Realibilitas

Reliabel berarti bisa dipercaya dan handal. Instrumen yang dapat dipercaya pasti mampu menghasilkan data yang akurat. Dikatakan reliabel, jika *Alpha Cronbach* > 0,6 (Budi Darma, 2021).

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} x \{1 - \sum Si/St\}$$

Rumus 3.4 *Alpha Cronbach*

Sumber: (Khoerunnisa, 2019)

Keterangan:

r_{11} : Nilai reliabilitas

K : Jumlah item

$\sum S_i$: Jumlah varians per-item

S_t : Varians total

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas diterapkan untuk menetapkan variabel penelitian berdistribusi normal tidak Rukajat Ajat, (2019). Pada uji ini memakai uji *Kolmogorov-Smirnov*, sesuai dengan tingkat yang telah ditetapkan. Jika signifikansi $> 0,05$ dinyatakan memiliki distribusi normal. Uji ini pun mencakup uji normal P-P plot dan histogram residual regresi, dengan beberapa ketentuan yang harus dipenuhi, yakni,

1. Dalam *histogram regression residual*, jika kurvanya menyerupai lonceng maka model terdistribusi normal.
2. Pada grafik *P-P plot regression standardized*, apabila titik-titiknya terdistribusi mengikuti garis lurus diagonal, dinyatakan normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Dalam artikel jurnal oleh Ayaumi & Komariah (2021), Katubi menjelaskan bahwa uji multikolinieritas mengacu pada hubungan linier antara beberapa variabel independen. Uji ini diterapkan untuk menentukan apa ada hubungan antar variabel. Keberadaan multikolinieritas dapat diidentifikasi melalui koefisien korelasi antara setiap variabel independen; jika nilai korelasinya < 10 , maka tidak ada indikasi multikolinieritas. Kehadiran multikolinieritas juga dapat diketahui melalui nilai

VIF, jika $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$, maka multikolinieritas dianggap tidak terjadi.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Sujarweni, (2023) menjelaskan yang di mana pengujian ini bermaksud untuk mengevaluasi apakah variasi dan gangguan pada semua variabel bersifat tidak stabil. Model regresi sebaiknya tidak menandakan adanya heteroskedastisitas. Uji ini dilakukan menggunakan uji *Scatterplot*. Jika ditemukan heteroskedastisitas dalam model regresi linear, disarankan untuk menggunakan uji *Spearman's rho* sebagai metode alternatif. Jika signifikansi $r > 0,05$, maka heteroskedastisitas tidak terjadi.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Tujuan uji linear berganda adalah guna mengevaluasi dampak antar variabel X dan variabel Y berdasarkan proporsi pada persamaan linier. Persamaan regresi yang digunakan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \quad \text{Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda}$$

Sumber: (Wisudaningsi, 2019)

Keterangan:

Y : Keputusan pembelian

e : Standar error

β : Koefisien regresi

α : Konstanta

X_1 : Citra merek

X_2 : *E-WOM*

X_3 : Kepercayaan

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Ayaumi & Komariah (2021), analisis determinasi (R^2) menunjukkan sejauh mana variabel dependen bisa dijelaskan oleh variabel independen dalam sebuah model regresi. Rentang nilai R^2 adalah antara $0 < R^2 < 1$. Model regresi makin baik ketika nilai R^2 makin tinggi.

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji t (Parsial)

Uji parsial dilakukan guna menilai sebaik apa variabel X menjelaskan variabel Y secara individu. Berikut ketentuan penilaian uji t:

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak, H_a diterima (variabel X berdampak)
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 diterima, H_a ditolak (variabel Y tidak berdampak)

Rumus uji t, yaitu

$$t = \frac{b_i}{Sb_i} \quad \text{Rumus 3.6 Uji t}$$

Sumber: (Nurdin & Djuhartono, 2021)

Keterangan:

r : Koefisien korelasi

r^2 : Koefisien daterminasi

n : Jumlah sampel

3.8.5.2 Uji F (Simultan)

Sujarweni (2021) mengatakan uji F berguna menilai signifikansi hipotesis simultan. Pengujian F digunakan untuk memperoleh informasi mengenai pengaruh keseluruhan variabel bebas terhadap variabel dependen, dengan beberapa ketentuan, di antaranya,

1. Jika $f_{tabel} < f_{hitung}$ maka H_0 ditolak
2. Jika $f_{tabel} > f_{hitung}$ maka H_0 diterima

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

Rumus 3.7 Uji F

Sumber: (Nurdin & Djuhartono, 2021)

Keterangan:

R^2 : Koefisien variabel bebas

K : Jumlah variabel independen

n : Jumlah responden