

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Secara umum, jenis penelitian terbagi menjadi dua yaitu penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang diterapkan adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Proses penelitian ini dilakukan dengan cara data yang telah dikumpulkan akan diolah dan dinyatakan dalam bentuk angka serta dianalisis menggunakan teknik statistik.

3.2 Sifat Penelitian

Sifat dari penelitian yang akan dilakukan adalah sifat replikasi. Sifat replikasi adalah suatu penelitian yang dapat diulang melibatkan pelaksanaan eksperimen atau analisis yang sama, dengan mengikuti metode dan protokol asli namun dengan perubahan pada periode, lokasi, dan objek penelitian. Perbedaan utama antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada aspek periode, lokasi, dan objek dari penelitian.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Tempat penelitian akan dilaksanakan pada wilayah Kecamatan Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam periode sekitar 5 (lima) bulan, dimulai pada bulan September 2024 dan berakhir pada Januari 2025. Berikut adalah jadwal yang telah disusun untuk penelitian ini.

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

Keterangan	2024				2025
	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
Pengajuan Judul	■				
Studi Pustaka	■	■			
Penataan Penelitian		■	■		
Pendistribusian Kuesioner			■	■	
Analisis Data				■	■
Pengumpulan Laporan					■

Sumber: Peneliti (2024)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah sekumpulan objek atau subjek dengan karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai dasar pengambilan kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi mencakup para pengguna *e-commerce* Lazada yang berdomisili di Kecamatan Batam Kota, Kota Batam, dengan jumlah pengguna yang tidak diketahui secara pasti.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi Sugiyono (2019). Ketika populasi sangat besar, peneliti tidak dapat mempelajari seluruh kejadian yang terjadi dalam populasi karena keterbatasan waktu, tenaga dan dana, sehingga peneliti akan mengambil sampel yang diambil dari populasi tersebut. Untuk menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan, peneliti akan menggunakan rumus *Lemeshow*.

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

Rumus 3. 1 Rumus *Lemeshow*

Sumber: (Setiawan et al., 2022)

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = nilai normal tabel (95% = 1,96)

P = estimasi maksimal (50% = 0,5)

D = *alpha* atau tingkat error (10% = 0,01)

Berdasarkan rumus 3.1, peneliti melakukan perhitungan untuk menentukan seberapa banyak sampel yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian ini, yaitu:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1-0,5)}{0,01^2}$$

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

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

$$n = 96,04$$

Dari hasil perhitungan, minimal sampel yang harus dikumpulkan oleh peneliti untuk melakukan penelitian ini adalah sebanyak 96,04 responden. Dengan

melakukan pembulatan terhadap hasil tersebut, maka total sampel yang diperlukan oleh peneliti adalah sebanyak 100 responden.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan suatu proses dan cara mengambil sampel yang digunakan untuk menduga keadaan suatu populasi. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* merupakan salah satu teknik pengambilan data untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan kebutuhan penelitian dengan menggunakan kriteria khusus dalam pemilihan responden. Berikut merupakan beberapa kriteria penentu responden agar sampel yang diambil sesuai dengan kebutuhan penelitian, antara lain:

1. Responden berusia 15 tahun ke atas.
2. Responden merupakan pengguna aktif *e-commerce* Lazada dan pernah melakukan transaksi menggunakan *e-commerce* Lazada.

3.5 Sumber Data

Sumber data merujuk pada tempat atau subjek yang menyediakan informasi yang diperlukan. Menurut (Sugiyono, 2019), sumber data dibagi menjadi dua kategori, yaitu primer dan sekunder. Berikut merupakan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan oleh peneliti. Pada penelitian ini, sumber data primer dikumpulkan melalui pembagian kuesioner pada responden.

2. Data sekunder. Mengacu pada informasi yang sudah tersedia dan diperoleh melalui pihak ketiga disebut sebagai data sekunder. Sumber data sekunder dapat berasal dari berbagai literatur, seperti buku dan jurnal terkait yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Salah satu langkah penting dalam penelitian adalah metode pengumpulan data, yang dilakukan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian. Metode yang dipilih untuk mengumpulkan data-data dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner yang berisikan serangkaian pertanyaan dengan harapan responden dapat memberikan tanggapan dengan baik dan jujur. Penyebaran kuesioner akan dilakukan secara *online* melalui aplikasi WhatsApp dan Instagram dalam bentuk *link* ke *google form*.

Data yang telah terkumpulkan akan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS. Kuesioner yang akan dibagikan dirancang menggunakan skala *likert* dimana setiap pertanyaan terdapat skor atau nilai yang mempresentasikan sebagai jawaban dari responden Varidah et al. (2022). Berikut merupakan tabel skala *likert* yang digunakan.

Tabel 3. 2 Skala *Likert*

Kriteria	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	2
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2019)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) definisi operasional variabel penelitian merujuk pada elemen atau nilai yang berasal dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang kemudian akan ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan menarik kesimpulan. Variabel yang terdapat dalam penelitian ini berupa variabel independen dan dependen.

3.7.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen mengacu pada variabel yang mempengaruhi atau penyebab dari perubahan ataupun munculnya variabel dependen. Istilah lain yang digunakan untuk variabel independen dalam Bahasa Inggris adalah *stimulus*, *prediktor*, atau *antecedent* (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini melibatkan tiga variabel independen, yakni promosi sebagai X_1 , dan E-WOM sebagai X_2 , dan kepercayaan sebagai X_3 .

3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang terpengaruhi atau menimbulkan konsekuensi disebabkan oleh variabel independen/variabel bebas (Sugiyono, 2019). Dalam Bahasa Inggris, variabel dependen dikenal sebagai *outcome variables*, *criteria*, *consequent*. Untuk penelitian ini, variabel dependen yang ditetapkan adalah keputusan pembelian.

Tabel 3. 3 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Promosi (X_1)	Promosi adalah aktivitas perusahaan yang mengkomunikasikan kelebihan dan manfaat	1. Pesan Promosi 2. Media Promosi 3. Waktu Promosi	<i>Likert</i>

	produk atau jasa dengan tujuan untuk mengajak pasar sasaran membeli produk atau jasa tersebut. (Cay & Irnawati, 2020)	4. Frekuensi Promosi (Kotler & Keller, 2021)	
E-WOM (X ₂)	E-WOM adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh individu untuk membantu pengguna lain, meningkatkan citra <i>online</i> dan mencapai manfaat sosial melalui koneksi digital. (Sulton et al., 2023)	1. <i>Intensity</i> 2. <i>Valance of Opinion</i> 3. <i>Content</i> Goyette et al., 2010 dalam (Annisawati et al., 2023)	<i>Likert</i>
Kepercayaan (X ₃)	Kepercayaan merupakan sebuah harapan yang dipegang oleh konsumen ketika suatu perusahaan dapat memberikan kepuasan mengenai produk serta pelayanan yang baik. (Andriyani et al., 2022)	1. Integritas 2. Kejujuran 3. Kompetensi Perusahaan 4. Kemauan Konsumen untuk Bergantung Pada Penjual (Kotler & Keller, 2016)	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah suatu sikap, suatu kegiatan, dan tindakan yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen dalam mengambil keputusan dari banyak pilihan untuk membeli produk barang atau jasa yang ditawarkan dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. (Devi & Fadli, 2023)	1. Pemilihan Produk 2. Pemilihan Merek 3. Pemilihan Saluran Pembelian 4. Jumlah Pembelian 5. Waktu Pembelian 6. Metode Pembayaran (Kotler & Keller, 2016)	<i>Likert</i>

Sumber: Peneliti Terdahulu

3.8 Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan suatu metode yang digunakan untuk mendapatkan sebuah kesimpulan. Peneliti memilih metode kuantitatif untuk penyusunan skripsi ini. Data yang terkumpulkan akan diolah melalui aplikasi SPSS atau *Statistical Package for the Social Sciences* sehingga dapat menampilkan analisis dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan mengolah data tersebut, peneliti mampu menguji kebenaran dari hipotesis yang telah dirumuskan. Penggunaan analisis berfokus pada analisis kuantitatif atau analisis statistik.

3.8.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk memproses informasi dengan cara memvisualisasikan dan mendeskripsikan data yang terkumpulkan. Tujuan utama dari teknik ini adalah memberikan gambaran lengkap tanpa melakukan generalisasi atau menarik kesimpulan secara umum (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini menerapkan analisis deskriptif untuk menyajikan informasi dan menjelaskan data yang berkaitan dengan variabel dependen dan independen. Analisis ini juga memberikan gambaran yang menjadi dasar dalam menjawab hipotesis deskriptif yang berkaitan dengan masalah penelitian. Berikut merupakan rumus yang digunakan untuk menghitung rentang skala:

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

Rumus 3. 2 Rumus Rentang Skala

Sumber: (Sugiyono, 2019)

Keterangan:

RS : Rentang skala

n : Jumlah sampel

m : Jumlah alternatif jawaban tiap sampel

Untuk menentukan memastikan rentang skala, langkah pertama yang diambil adalah dengan mengidentifikasi nilai terendah dan tertinggi dari skala tersebut. Sebanyak 100 responden digunakan sebagai sampel, dengan lima opsi jawaban yang dapat dipilih.

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

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

$$RS = 80$$

Dari perhitungan diatas, berikut merupakan skor rentang skala dapat dijelaskan secara rinci dalam tabel dibawah berikut:

Tabel 3. 4 Skala Rentang

No	Pernyataan	Skor Positif
1	100 – 180	Sangat Tidak Setuju
2	180 – 260	Tidak Setuju
3	260 – 340	Netral
4	340 – 420	Setuju
5	420 – 500	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti (2024)

3.8.2 Uji Kualitas Data

Salah satu unsur penting dalam analisis adalah ketersediaan data, yang berfungsi sebagai media untuk memverifikasi hipotesis dan sebagai inti bagi variabel penelitian. Sebelum melakukan pengolahan data dari responden, sangat

penting dilakukan pemeriksaan validitas dan keandalan data melalui serangkaian uji, yakni uji validitas dan reliabilitas instrumen, demi memastikan kualitas data sebelum analisis yang mendalam.

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana instrumen dapat menjalankan fungsinya dengan tepat. Metode ini digunakan untuk memeriksa validitas kuesioner. Metode yang akan digunakan untuk mengevaluasi keterkaitan antar variabel adalah koefisien korelasi, atau yang sering dikenal dengan istilah korelasi *Pearson (Pearson Product Moment)*. Untuk mengevaluasi keabsahan, uji ini membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} , nilai r_{hitung} (*Pearson Correlation*) menjadi patokan dalam menentukan keabsahan atau validitas pertanyaan penelitian (Darma, 2021).

Uji signifikansi koefisien korelasi biasanya digunakan untuk mengevaluasi kecocokan suatu item pada tingkat signifikansi 0,05. Validitas item ditentukan oleh korelasi yang signifikan dengan skor totalnya. Rumus yang digunakan berdasarkan nilai koefisien korelasi *Pearson Product Moment* adalah sebagai berikut:

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

Rumus 3. 3 Rumus Koefisien Korelasi *Pearson Product Moment*

Sumber: (Darma, 2021)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara X dan Y

N = Jumlah subjek

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total dari seluruh item

Pengujian data menggunakan SPSS dilakukan melalui uji dua sisi (*two-tailed*) dengan tingkat signifikansi 0,05 sebagai standar umum penilaian dalam aplikasi SPSS. Adapun kriteria dalam menilai validitas data yang ditentukan sebagai berikut:

1. Item dinyatakan valid apabila nilai r_{hitung} pada uji dua sisi memiliki tingkat signifikansi 0,05 lebih besar dari r_{tabel} , sebab item tersebut menunjukkan korelasi signifikan terhadap skor total.
2. Item dinyatakan tidak valid apabila nilai r_{hitung} pada uji dua sisi memiliki tingkat signifikansi 0,05 lebih rendah karena item tersebut tidak menunjukkan korelasi signifikan terhadap skor total.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan proses untuk menilai seberapa besar konsistensi dari jawaban yang didapatkan dari responden. Reliabilitas umumnya diukur dengan angka, sering kali berupa koefisien, yang menunjukkan sejauh mana konsistensi dari respons yang diberikan. Nilai koefisien yang lebih besar menunjukkan bahwa respons responden lebih konsisten. Secara umum, uji reliabilitas diakui memadai apabila koefisien *alpha* melebihi 0,60. Langkah ini penting untuk memastikan bahwa data yang digunakan merupakan data yang reliabel dan konsisten sehingga dapat mendukung hasil penelitian (Sahir, 2021). Uji *Cronbach's Alpha* digunakan untuk menilai reliabilitas data dalam penelitian. Rumus *Cronbach's Alpha* digunakan sebagai kualifikasi penting dalam menilai reliabilitas. Rumus *Cronbach's Alpha* yang dimaksudkan adalah berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Rumus 3. 4 Rumus *Cronbach's Alpha*

Sumber: (Sahir, 2021)

Keterangan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

k = Jumlah item

$\sum S_i$ = Jumlah varian skor tiap-tiap item

S_t = Varian total

Nilai koefisien *alpha* dapat ditentukan berdasarkan kriteria penilaian reliabilitas. Jika nilai koefisien *alpha* melebihi dari 0,6, maka kuesioner dianggap memiliki reliabilitas yang baik. Sebaliknya, jika nilai koefisien *alpha* tidak mencapai 0,6, maka kuesioner dianggap memiliki reliabilitas yang rendah.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji asumsi klasik merupakan serangkaian uji yang dilakukan guna memeriksa apakah data memenuhi syarat asumsi dasar yang diperlukan dalam analisis regresi linier (Sahir, 2021). Asumsi klasik ini esensial untuk memastikan bahwa hasil analisis regresi akurat dan dapat dipercaya.

Pengujian normalitas bertujuan untuk menentukan apakah variabel bebas dan variabel terikat mengikuti distribusi normal atau tidak. Model regresi yang optimal selayaknya mencakup analisis grafik dan uji statistik dengan kondisi sebagai berikut:

1. Hipotesis diterima, apabila nilai signifikansi atau probabilitas melebihi 0,05.

Nilai tersebut menunjukkan bahwa data terdistribusi normal

2. Hipotesis ditolak, apabila nilai signifikansi atau probabilitas rendah dari 0,05.

Nilai tersebut menunjukkan bahwa data tidak terdistribusi normal.

Penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk menentukan normalitas data. Uji Kolmogorov-Smirnov bertujuan untuk mengukur tingkat normalitas data pada sampel yang telah dikumpulkan. Sebagai pelengkap, uji normalitas turut dilakukan melalui analisis histogram dan grafik plot regresi standar PP.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan apakah terdapat hubungan yang kuat antar variabel bebas. Untuk mendeteksi multikolinearitas, metode yang digunakan adalah *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* (TOL) (Sahir, 2021).

VIF adalah faktor inflasi varians. Jika R_j^2 mendekati satu, hal ini menandakan adanya kolinearitas di antara variabel independen, nilai VIF akan meningkat. Sementara apabila $R_j^2 = 1$, VIF bernilai tak terhingga. Nilai VIF yang semakin besar mengindikasikan kemungkinan adanya multikolinearitas antar variabel independen dan jika VIF melampaui 10, maka multikolinearitas dinyatakan ada (Sahir, 2021).

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya ketidakseimbangan varians residual dalam model regresi. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan mengamati pola pada *scatterplot* regresi. Heteroskedastisitas dianggap tidak ada apabila terdapat ketidakkonsistenan dari

hasil yang muncul, di mana tidak ditemukannya pola yang teratur pada kumpulan titik.

Dasar pengambilan keputusan didasarkan pada angka probabilitas dengan ketentuan sebagai berikut (Sahir, 2021):

1. Jika nilai signifikansi atau probabilitas $> 0,05$, hipotesis diterima karena data tidak menunjukkan heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi atau probabilitas $< 0,05$, hipotesis ditolak karena data menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier

Regresi berganda adalah metode analisis yang melibatkan lebih dari dua variabel, yaitu dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen. Pendekatan ini berguna untuk mengidentifikasi pola dan kekuatan hubungan antara variabel-variabel tersebut, sehingga memungkinkan peneliti untuk membuat prediksi berdasarkan data yang ada (Sahir, 2021). Berikut merupakan rumus regresi berganda:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_nx_n$$

Rumus 3. 5 Rumus Regresi Linier Berganda

Sumber: (Sahir, 2021)

Keterangan:

Y = variabel dependen

x_1, x_2 = variabel independen

a = nilai konstanta

$b_1 b_2$ = koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi, yang sering dilambangkan dengan R^2 , pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai dari koefisien determinasi dalam model regresi menurun atau hampir nol, maka pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen akan semakin lemah. Di sisi lain, jika nilai koefisien determinasi meningkat hingga seratus persen, pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen akan semakin kuat (Sahir, 2021).

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji T (Parsial)

Pengujian parsial dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Peneliti menggunakan uji t (parsial) untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependennya.

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

Rumus 3. 6 Rumus Uji T

Sumber: (Ghozali, 2018)

Keterangan:

T = nilai uji T

r = koefisien korelasi

r^2 = koefisien korelasi yang dikuadratkan

Uji parsial harus memenuhi beberapa kriteria, yaitu:

1. Variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi $< 0,05$.
2. Variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi $> 0,05$.

3.9.2 Uji F (Simultan)

Penggunaan uji F adalah untuk menilai pengaruh keseluruhan variabel independen pada variabel dependen. Hasil uji F akan menunjukkan apakah ada hubungan signifikan antara setiap variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen.

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

Rumus 3. 7 Rumus Uji F

Sumber: (Sugiyono, 2019)

Keterangan:

n = jumlah data

k = jumlah variabel independen

r^2 = koefisien determinasi

Uji F memiliki kriteria penilaian sebagai berikut:

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama secara signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi lebih dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Ini menunjukkan bahwa semua variabel independen

secara bersama-sama tidak secara signifikan mempengaruhi variabel dependen.