

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metodologi penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian kuantitatif melibatkan pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian data numerik secara objektif dengan tujuan untuk memecahkan masalah, menguji hipotesis, atau mengusulkan prinsip-prinsip umum. Berdasarkan apa yang dikatakan oleh Duli (2019). Variabel ini menggambarkan faktor atau kondisi yang sedang diteliti dengan menggunakan data primer. Data primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung dari sumbernya, menurut deklarasi tahun 2015 oleh Rahami. Peneliti perlu mengumpulkan data primer dengan melakukan wawancara mendalam, survei, dan studi observasi. Sumber data primer, seperti informasi yang diperoleh dari survei, adalah yang diandalkan oleh para peneliti.

B. Tempat dan waktu penelitian

Lokasi kegiatan penelitian adalah objek penelitian. Tempat penelitian lokasi bertujuan agar objek penelitian lebih mudah dipahami dan lebih mudah dijangkau, penelitian ini dilakukan dari bulan Oktober hingga selesai.

C. Populasi Dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiono (2009), peneliti menyelidiki dan membuat kesimpulan dari populasi, yang terdiri atas objek atau individu dengan ciri-ciri dan sifat-sifat tertentu. Partisipan yang pernah melakukan pembelian menggunakan aplikasi

Tokopedia di wilayah Palembang adalah subjek penelitian ini. Metode *non-probability sampling* digunakan untuk memilih sampel penelitian sekitar 100 responden yang sesuai dengan kriteria berikut:

1. Responden yang berusia 17 tahun atau lebih
2. Pernah setidaknya satu kali transaksi di platform *e-commerce* Tokopedia.

D. Teknik Pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuesioner untuk pengumpulan data. Tujuan dari kuesioner adalah untuk mengumpulkan informasi mengenai pengetahuan dan pengalaman responden melalui serangkaian pertanyaan tertulis (Iwan Hermawan, 2019) Responden dalam penelitian ini akan diminta untuk mengisi kuesioner *Google Form* untuk mengumpulkan data. Membuat serangkaian pertanyaan tertulis dan memberikannya kepada responden atau personel perusahaan dikenal sebagai kuesioner. Ini adalah cara untuk mengumpulkan data. Setelah itu, skala Likert digunakan untuk mengumpulkan data tertulis dari responden. Jika setiap pertanyaan memiliki lima alternatif jawaban, dan tabel di bawah ini menunjukkan nilai bobot dari setiap jawaban:

Tabel 3.1
Penilaian Skala Likert

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

E. Definisi Operasional

Dalam mempermudah pemahaman serta pengukuran pada setiap konsep yang diteliti maka akan diuraikan dalam table operasional. Table operasional dapat dilihat pada gambar tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item
Review Customer	Sebuah tanggapan pelanggan tentang	1. <i>Attractiveness</i> (daya Tarik)	A. Review positif dan negatif dapat berdampak pada keputusan Anda untuk membeli sesuatu.

(X1)	produk yang telah dibelinya	B. Mencari opsi lain ketika terdapat banyak review negatif
	2. <i>Trustworthiness</i> (dapat dipercaya)	A. Orang yang menulis ulasan mampu membuat konsumen percaya.
	3. <i>Expertise</i> (keahlian)	A. Online customer review mempermudah konsumen dalam mencari informasi suatu produk. B. Online customer review dapat mengurangi risiko dalam belanja online
Kepercayaan (X2)	Kepercayaan pelanggan adalah keyakinan pelanggan bahwa orang lain dapat dipercaya dan jujur. jika mereka menyelesaikan transaksi seperti yang diharapkan.	1. Reputasi website A. Konsumen mengenal website yang mereka gunakan
		2. Jaminan transaksi A. Konsumen mendapat jaminan saat melakukan transaksi
		3. Keamanan privasi A. Privasi konsumen dijaga kemanannya

		4. Kualitas Informasi	A. Website memiliki kualitas informasi yang lengkap
Kemudahan transaksi (X3)	efisiensi dan efektifitas yang dirasakan oleh pembeli saat mereka menyelesaikan pembayaran untuk barang yang dibelinya dengan mudah	1. Kemudahan mengenali	A. Konsumen mudah untuk mencari dan menemukan produk yang ingin dibeli
		2. Kemudahan navigasi	A. Konsumen dapat dengan mudah berpindah dari situs web
		3. Kemudahan mengumpulkan informasi	A. Konsumen dapat dengan mudah menemukan profil penjual, harga, dan detail produk.
		4. Kemudahan membeli	A. Konsumen hanya perlu mengisi formulir untuk membeli produk, membayar, dan kemudian membatalkan pembelian.
Keputusan Pembelian (Y)	Ketika pelanggan atau organisasi membuat keputusan untuk membeli barang atau jasa tertentu, ini disebut	1. Pengenalan masalah	A. Rangsangan Internal B. Rangsangan Eksternal

keputusan pembelian.		
	2. Pencarian Informasi	A. Pelanggan dapat dengan mudah menemukan informasi tentang produk yang mereka inginkan
	3. Evaluasi Alternatif	A. Pencarian Eksternal B. Perbandingan dengan merek lain
	4. Keputusan membeli	A. Keputusan konsumen menentukan suatu produk
	5. Perilaku Pasca Pembelian	A. Kepuasan sebagai hasil dari pembelian produk

F. Teknik Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah prosedur yang mengevaluasi isi dari sebuah instrumen untuk mengukur seberapa baik sebuah instrumen dipilih untuk sebuah penelitian (Sugiyono, 2016). IBM SPSS *Statistic* akan digunakan untuk pengujian. Salah satu cara untuk menyatakan uji validitas adalah:

1. Jika nilai r hitung $>$ r tabel dinyatakan valid.
2. Jika nilai r hitung $<$ r tabel dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merujuk pada pengukuran yang konsisten dari instrumen penelitian yang digunakan, di mana tanggapan responden melalui instrumen tersebut tetap stabil dari waktu ke waktu. Ketika respon dari responden terhadap suatu kuesioner tetap stabil dan konsisten, maka kuesioner tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Penelitian ini menggunakan nilai standar yang dikenal sebagai koefisien alfa, di mana suatu variabel dianggap reliabel jika koefisien Cronbach Alpha yang dihasilkan melebihi 0,6.

c. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengetahui diantara variable dependen dan independent yang berdistribusi secara normal ataupun tidak normal. Menurut Ghozali (2013:21) bila hasil uji normalitas > 0.05 maka dinyatakan normal. apabila hasil uji $<$ dari 0.05 maka terdistribusi tidak normal. Untuk mengukur uji normalitas digunakan metode *One Sample Kolmogorov Smirnov*.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2013), untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi. *Variance Inflation Factor* (VIF) dari hasil estimasi untuk mengetahui apakah ada gejala multikolinearitas. Jika nilai toleransi kurang dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10,00, multikolinieritas tidak terjadi. Variabel X akan menjadi lebih "bermasalah" atau kolinier dengan nilai VIF yang lebih tinggi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji regresi untuk memastikan bahwa tidak ada ketidakseimbangan varian dari residual pengamatan yang berbeda adalah tujuan dari uji heteroskedastisitas. Ghazali (2013: 24), kriteria untuk menilai apakah dalam penelitian terdapat heteroskedastitas atau tidak dengan cara menilai secara spesifik variabel independent signifikan dapat mempengaruhi variabel dependen. Dasar dari uji Glejser adalah mengetahui nilai absolut dari residual terhadap variabel independen. Proses pengambilan keputusan uji ini bergantung pada pernyataan berikut: masalah heteroskedastisitas ada jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 dan masalah tidak ada jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05.

d. Regresi Linear berganda

Secara statistik, analisis regresi adalah proses untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan dependen. Untuk melakukan analisis regresi, pertama-tama kita harus memastikan bahwa asumsi-asumsi konvensional model regresi berganda sudah baik. Mengetahui bagaimana Y (Keputusan Pembelian), X1 (*Customer Review*), X2 (Kepercayaan), dan X3 (Kemudahan transaksi) berinteraksi satu sama lain adalah tujuan dari penelitian ini. Rumus-rumus berikut dapat digunakan untuk menghitung analisis regresi berganda:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y: Keputusan pembelian

a: konstanta

x1: *Customer review*

x2: kepercayaan

x3: kemudahan transaksi

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi

e: *error term*

G. Teknik Pengujian Hipotesis

A. Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Jika koefisien determinasi digunakan untuk melihat sebab yang diberikan oleh variabel independent terhadap variablel dependen. uji *R-Square* juga dapat digunakan untuk menilai besar pengaruh yang diberi oleh variable independent terhadap variabel dependen. Dilakukan dalam pengujian SPSS dalam table model summary bahwa:

1. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) hanya ada diantara 0-1
2. Jika nilai koefisien determinasi (*R Square*) bernilai minus, berarti tidak ada pengaruh variabel independent terhadap variable dependen

B. Uji t

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (secara parsial) pada variabel dependen, uji statistik t dilakukan dengan syarat jika nilai t hitung $>$ t table dan nilai $sig < 0.05$ maka hipotesis diterima, Sebaliknya jika nilai t hitung $<$ dari t table dan nilai $sig > 0.05$ maka hipotesis ditolak (Ghozali, 2018).

C. Uji f

Uji F menunjukkan bahwa variabel dependen mempengaruhi variabel independen secara bersamaan dan signifikan. Ini digunakan untuk menentukan tingkat signifikansi pengaruh sejumlah variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Jika nilai F hitung $>$ F tabel, dan nilai $sig < 0.05$ maka Variabel y secara serempak dipengaruhi oleh variabel x secara positif dan signifikan. Sebaliknya jika nilai F hitung $<$ F tabel dan nilai $sig > 0.05$ maka tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antar variabel x dalam mempengaruhi variabel y.