



BAB III

METODE PENELITIAN



Hak cipta milik IBKKG dan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012), metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu seringkali didesain untuk mengumpulkan data yang menjelaskan karakteristik orang, kejadian, atau situasi. Hal ini melibatkan pengumpulan data secara kuantitatif seperti tingkat kepuasan, jumlah produksi, jumlah penjualan atau data demografi, namun studi deskriptif juga memerlukan informasi kualitatif, seperti menjelaskan bagaimana konsumen membuat keputusan atau untuk mengamati bagaimana manajer menyelesaikan konflik dalam organisasi, Sekaran dan Bougie (2017). Penelitian ini dilakukan dengan tujuan memperoleh gambaran mengenai pengaruh Intensitas, Valensi Opini, dan Konten terhadap minat beli melalui aplikasi Shopee.

B. Populasi dan Sampel

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, dan hal-hal menarik yang ingin peneliti investigasi. Menurut Sekaran dan Bougie (2017), populasi adalah kelompok orang, kejadian, atau hal-hal menarik di mana peneliti ingin membuat opini (berdasarkan statistic sampel. Populasi yang ingin diteliti adalah Mahasiswa IBII Kwik Kian Gie yang pernah mengakses Shopee. Peneliti memilih Warga DKI Jakarta sebagai responden karena minat beli melalui Online untuk mahasiswa tinggi.

Sampel adalah subkelompok atau Sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah Teknik simple random sampling atau sampel acak sederhana, menurut

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Sekaran dan Bougie (2017), yaitu tiap elemen populasi memiliki peluang yang sama dan diketahui untuk terpilih sebagai sampel.

C. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah dimensi *Electronic Word of Mouth* yaitu Intensitas, Valensi opini, dan konten. Dan variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat beli.

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun membelrikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Nazir, 2006). Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel-variabel Penelitian

Dimensi	Variabel Pengamatan	Pengertian	Instrumen	Skala
Intensitas e-WOM	Frekuensi mengakses informasi dari situs jejaring sosial	Seberapa sering calon konsumen melakukan jelajah seluler untuk mendapatkan informasi seputar toko online dan produknya.	Saya sering melakukan jelajah seluler untuk mendapatkan informasi tentang produk-produk yang dijual di Shopee	1: Sangat jarang; 2: Jarang; 3. Cukup sering; 4. Sering; 5. Sangat sering
	Frekuensi interaksi dengan pengguna situs jejaring sosia	Seberapa sering calon konsumen melakukan jelajah seluler untuk mendapatkan informasi seputar toko online dan produknya pada sebuah komunitas online atau blogger dan terkadang berkontribusi meninggalkan komentar yang berisi pertanyaan atau pernyataan.	Seberapa sering calon konsumen melakukan jelajah seluler untuk mendapatkan informasi seputar toko online dan produknya pada sebuah komunitas online atau blogger dan terkadang berkontribusi meninggalkan komentar yang berisi pertanyaan atau pernyataan.	1: Sangat jarang; 2: Jarang; 3. Cukup sering; 4. Sering; 5. Sangat sering

(Lanjutan)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3. 1 (Lanjutan)
Operasionalisasi Variabel-variabel Penelitian

Dimensi	Variabel Pengamatan	Pengertian	Instrumen	Skala
<p>Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Intensitas e-WOM</p> <p>Hak Cipta dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang menyalin, menggandakan, atau menyebarkan seluruh atau sebagian karya tulis ini tanpa mencantumkan dari menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p> <p>Valensi Opini e-WO (X2)</p> <p>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	<p>Banyaknya ulasan yang ditulis oleh pengguna situs jejaring sosial</p>	<p>Seberapa sering calon konsumen melakukan jelajah seluler untuk mendapatkan informasi seputar toko online dan produknya pada sebuah komunitas online atau blogger dan terkadang berkontribusi meninggalkan komentar yang berisi pertanyaan atau pernyataan.</p>	<p>Banyaknya ulasan yang didapat, sebanding dengan kemungkinannya mendapatkan satu atau lebih komentar negatif ataupun positif.</p>	<p>1: Sangat jarang; 2: Jarang; 3: Cukup sering; 4: Sering; 5: Sangat sering</p>
	<p>Komentar positif dari pengguna situs jejaring sosial</p>	<p>komentar positif yang di posting oleh sebuah pengulas biasanya timbul karena adanya kepuasan akan sebuah took online, produk jasa dan pelayanannya</p>	<p>Saya mendapat informasi positif tentang produk-produk di aplikasi Shopee</p>	<p>1: Sangat jarang; 2: Jarang; 3: Cukup sering; 4: Sering; 5: Sangat sering</p>
	<p>Komentar negative dari pengguna situs jejaring sosial</p>	<p>komentar negatif yang di posting oleh sebuah pengulas biasanya timbul karena adanya ketidakpuasan akan sebuah took online, produk jasa dan pelayanannya.</p>	<p>Saya mendapat informasi negative tentang produk-produk di aplikasi Shopee</p>	<p>1: Sangat jarang; 2: Jarang; 3: Cukup sering; 4: Sering; 5: Sangat sering</p>
	<p>Rekomendasi dari pengguna situs jejaring sosial</p>	<p>Pengguna yang pernah melakukan transaksi akan merekomendasikan produk-produk bila merasa puas dengan produk yang dibelinya.</p>	<p>Saya mendapatkan rekomendasi tentang produk-produk dari konsumen lain di aplikasi Shopee</p>	<p>1: Sangat jarang; 2: Jarang; 3: Cukup sering; 4: Sering; 5: Sangat sering</p>

(Lanjutan)



Tabel 3. 1 (Lanjutan)
Operasionalisasi Variabel-variabel Penelitian

Dimensi	Variabel Pengamatan	Pengertian	Instrumen	Skala
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Konten dan WOM (X₃)	Informasi tentang variasi produk yang dijual	Pengguna akan mendapatkan informasi tentang produk-produk dari situs jejaring sosial	Saya mendapatkan informasi tentang produk-produk di Shopee	1: Sangat jarang; 2: Jarang; 3. Cukup sering; 4. Sering; 5. Sangat sering
	Informasi tentang kualitas produk	Pengguna akan mendapatkan informasi tentang kualitas produk dari situs jejaring sosial	Saya mendapatkan informasi tentang kualitas produk-produk di Shopee	1: Sangat jarang; 2: Jarang; 3. Cukup sering; 4. Sering; 5. Sangat sering
	Informasi tentang harga yang ditawarkan	Pengguna akan mendapatkan informasi tentang harga produk dari situs jejaring sosial	Saya mendapatkan informasi tentang harga produk-produk di Shopee	1: Sangat jarang; 2: Jarang; 3. Cukup sering; 4. Sering; 5. Sangat sering
	Informasi tentang keamanan transaksi dari situs jejaring internet yang disediakan	Pengguna akan mendapatkan informasi keamanan transaksi dari situs jejaring internet	Saya merasa aman dengan bertransaksi melalui aplikasi Shopee	1: Sangat jarang; 2: Jarang; 3. Cukup sering; 4. Sering; 5. Sangat sering
	Keputusan Transaksional	Kecenderungan seseorang untuk membeli produk	Saya tertarik membeli produk-produk melalui aplikasi Shopee	;1: Sangat tidak setuju; 2: Tidak setuju; 3. Netral; 4. Setuju; 5. Sangat setuju

(Lanjutan)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3. 1 (Lanjutan)
Operasionalisasi Variabel-variabel Penelitian

Dimensi	Variabel Pengamatan	Pengertian	Instrumen	Skala
Minat Beli (Y4)	Keputusan Referensial	Kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain	Saya akan merekomendasikan produk-produk yang dijual di Shopee kepada orang lain	1: Sangat tidak setuju; 2: Tidak setuju; 3. Netral; 4. Setuju; 5. Sangat setuju
	Keputusan Preferensial	Saya lebih berminat membeli produk melalui aplikasi Shopee dibandingkan membeli ditempat lain	Saya lebih berminat membeli produk melalui aplikasi Shopee dibandingkan membeli ditempat lain	1: Sangat tidak setuju; 2: Tidak setuju; 3. Netral; 4. Setuju; 5. Sangat setuju
	Keputusan Eksploratif	Minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat dari produk tersebut	Saya tertarik untuk mencari informasi produk-produk melalui aplikasi Shopee	1: Sangat tidak setuju; 2: Tidak setuju; 3. Netral; 4. Setuju; 5. Sangat setuju

D. Teknik Sampling

Dalam menetapkan jumlah sampel pada penelitian ini, penulis menggunakan pernyataan dari Hair et al. (2010), bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator pertanyaan yang digubakan pada kuisioner, dengan asumsi $n \times 5$ indikator sampai dengan $x \times 10$ indikator. Dalam penelitian ini jumlah item adalah 14 item pertanyaan, sehingga jumlah responden yang digunakan adalah 14 item pernyataan dikali 5 sama dengan 70 responden.



E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Data diambil dalam populasi. Pendekatan yang dilakukan penulis adalah survey yang dikelola dengan menggunakan kuisisioner. Menurut Sekaran dan Bougie (2017), kuisisioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya di mana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Kuisisioner akan diberikan kepada mahasiswa IBII Kwik Kian Gie yang pernah mengakses serta melakukan transaksi melalui aplikasi Shopee.

Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert. Dengan menggunakan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrument yang berupa pernyataan yang perlu dijawab oleh responden (Ridwan dan Sunarto, 2014).

Pemberian skor pada skala ini diambil dari angka 1 sampai 5 sebagai berikut:

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

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Jenis penelitian ini adalah jenis analisis deskriptif dengan pengumpulan data secara kuantitatif yang menurut Sekaran dan Bougie (2017) yaitu studi yang mengumpulkan data yang menjelaskan karakteristik orang, kejadian, atau situasi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIIKKG.



1. Uji Validitas dan Reliabilitas



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Uji Asumsi Klasik

a. Validitas

Uji validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap item dalam suatu variabel dengan total skornya menggunakan teknik korelasi product moment seperti dikemukakan oleh Pearson dalam Arikunto (1998).

b. Reliabilitas

Dalam pandangan positivistic suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih penelitian obyek yang sama menghasilkan data yang sama (Gunawan Sudarmanto, 2005). Uji reliabilitas ini akan dilakukan menggunakan Teknik Alpha Cronbach, data akan dianggap reliabel apabila cronbach's alpha $> 0,600$.

a. Uji Normalitas

Uji statistic yang akan digunakan dalam menguji normalitas adalah uji statistic non parametik One Kolmogorov Smirnov. Jika angka probabilitas $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi secara normal. Sebaliknya jika angka probabilitas $> 0,05$ maka data terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Dalam penelitian ini, akan dilihat nilai inflation factor atau VIF yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. VIF < 10 , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.
2. VIF > 10 , maka ada gangguan multikolinieritas pada penelitian tersebut.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2013) mengatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji korelasi Spearman yang dimana jika hasil Sig. Unstandardized Residual > 0.05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Pengujian Hipotesis dan Analisis Regresi

a. Model Regresi Berganda

Analisis regresi berganda menurut Sekaran dan Bougie (2017), adalah analisis yang melibatkan dua atau lebih variabel bebas atau independent untuk menjelaskan varians pada variabel terikat. Analisis regresi berganda memberikan *mean* penilaian secara objektif pada tingkat dan ciri-ciri hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat: koefisien regresi secara relatif menunjukkan betapa pentingnya setiap variabel bebas dalam prediksi variabel terikat.

b. Koefisiensi Determinasi (R^2)

Jika R^2 yang diperoleh mendekati angka satu maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat (Sudjana). Sebaliknya jika R^2 semakin mendekati nol berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas atau adanya lebih besar factor lain yang tidak diteliti (Priyatno, 2016: 63).

c. Uji Statistik F

Uji ini dilakukan untuk membandingkan pada tingkat nilai signifikansi dengan nilai alpha (5%) pada tingkat derajat 5%. Pengambilan kesimpulannya adalah dengan melihat nilai sig alpha (5%) dengan ketentuan sebagai berikut: (Modul Ekonometrika)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- 1) Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima
 - 2) Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak
- d. Uji Statistik t

Pengambilan kesimpulan dengan melihat nilai signifikansi yang dibandingkan dengan nilai alpha (5%) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan > 0,05 maka Ho diterima
- 2) Jika nilai signifikan < 0,05 maka Ho ditolak

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.