



## BAB III

### METODE PENELITIAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta milik BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Obyek Penelitian

Obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah *online customer review* dan *online customer rating*, sedangkan subyek penelitian adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian pada *marketplace* Shopee yang berdomisili di DKI Jakarta.

#### B. Desain Penelitian

Menurut Uma Sekaran dan Roger Bogie (2019: 109) desain penelitian adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data, berdasarkan pertanyaan penelitian dari studi. Ada tujuh klasifikasi desain penelitian menurut Cooper dan Schindler (dalam Andy wijaya, 2020), yaitu:

##### 1. Derajat dari kristalisasi pertanyaan riset

Penelitian ini merupakan penelitian formal, maka penelitian dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan riset dan melibatkan prosedur yang tepat dan spesifikasi sumber data, tujuan dari desain penelitian formal adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan.

##### 2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada studi adalah komunikasi dimana peneliti memberikan pertanyaan subyek penelitian dan mengumpulkan respon mereka dalam bentuk kuesioner.

##### 3. Pengendalian Variabel-Variabel oleh Peneliti

Pengendalian variabel berfungsi untuk mengetahui apakah peneliti memiliki kemampuan untuk memanipulasi variabel. Penelitian ini menggunakan *ex post facto study*, karena peneliti tidak memiliki kemampuan

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.



untuk memanipulasi variabel, sehingga peneliti hanya melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Tujuan Studi

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif, dimana tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tau siapa, dimana, apa, kapan, dan berapa banyak.

5. Dimensi Waktu

Dimensi waktu diklasifikasikan menjadi dua, yaitu *cross sectional study* dan *longitudinal study*. Dimensi waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah cross-section, yaitu pengumpulan data yang dilakukan hanya sekali dalam suatu periode tertentu. Pengumpulan data hanya akan dilakukan satu kali, yaitu pada saat penyebaran kuisisioner kepada para konsumen *marketplace* Shopee.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini adalah penelitian statistic, dimana penelitian ini mencoba untuk menggambarkan karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampelnya, hipotesis akan diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan, karena data-data yang ada diambil langsung dari responden pengguna Shopee di DKI Jakarta dengan cara menyebarkan kuesioner.

**C. Variable Penelitian**

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.



Dalam penelitian ini, variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *online customer review*, *online customer rating*, dan keputusan pembelian.

Berikut adalah pengukuran yang digunakan dalam masing-masing variabel tersebut:

**Tabel 3.1**  
**Online Customer Review**

Dimensi	Indikator	Skala
Usefulness	<i>Online customer review</i> membuat lebih mudah untuk mencari dan menemukan informasi tentang produk	Interval
	<i>Online customer review</i> membuat lebih mudah untuk berbelanja online	Interval
Reviewer Experties	Percaya kepada fitur <i>online customer review</i> yang disediakan Shopee	Interval
	Percaya kepada <i>review</i> yang diberikan konsumen lain	Interval
Timeliness	<i>Review</i> terbaru atau terkini mendapatkan perhatian lebih dulu	Interval
Volume	Semakin banyak jumlah <i>review</i> positif, semakin baik reputasi produk tersebut	Interval
	Jumlah <i>review</i> menunjukkan kepopuleran prduk tersebut	Interval
Valence	<i>Review</i> produk di Shopee memberikan informasi yang benar	Interval
	<i>Review</i> positif mempengaruhi pendapat calon konsumen terhadap produk tersebut	Interval
	Mencari alternatif produk lain apabila terdapat <i>review</i> negatif pada suatu produk	Interval
Comperhensiveness	<i>Review</i> konsumen pada produk Shopee memberikan calon konsumen xinformasi mengenai kelebihan dan kekurangan produk yang diulas	Interval
	<i>Review</i> pada Shopee membantu calon konsumen menentukan pilihan pembeli	Interval

**Tabel 3.2**

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.

### Online Customer Rating

Dimensi	Indikator	Skala
Layanan	Rating yang tinggi menggambarkan layanan yang baik	Interval
	Pemberian rating didasarkan atas pengalaman berbelanja dari konsumen	Interval
	Rating membantu mengetahui layanan yang diberikan penjual	Interval
Produk	Rating menjadi salah satu cara calon pembeli mendapatkan informasi tentang produk	Interval
	Membeli produk dengan rating produk yang tinggi	Interval
	Rating menjadi tolak ukur terhadap kualitas produk	Interval
Operasional	Semakin banyak konsumen memberikan jumlah rating menunjukkan peringkat penjual yang semakin baik	Interval
	Respon penjual dapat meningkatkan rating toko	Interval

Tabel 3.3

### Keputusan Pembelian

Dimensi	Indikator	Skala
Product Choice	Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk	Interval
Brand Choice	Konsumen harus memutuskan jenis merek yang akan dibeli	Interval
Dealer Choice	Konsumen harus mengambil keputusan tentang jenis penyalur yang akan dikunjungi	Interval
Purchase Amount	Konsumen dapat mengambil keputusan tentang jumlah produk yang akan dibelinya pada suatu saat.	Interval
Purchase Timing	Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian dapat berbeda-beda	Interval
Payment Method	Konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan	Interval

#### D. Teknik Pengambilan Sampel.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2017: 90), *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.





Teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *judgement sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan memilih satuan sampling atas dasar pertimbangan tertentu. Dalam hal ini responden yang dipilih yaitu:

1. Konsumen yang pernah melakukan belanja *online* di *marketplace* Shopee

2. Jumlah Responden: 100

### E. Teknik Pengumpulan Data.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner pada responden, sumber data yang didapatkan tergolong dengan data primer karena data bersumber langsung dari responden. Penelitian ini menggunakan nilai pertanyaan yang menggunakan skala likert sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Skala Likert**

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

### F. Teknik Analisis Data.

Di dalam penelitian ini alat bantu *software* yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS 26.0 Teknik analisis data yang digunakan penulis di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas



Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016)

Untuk mencari nilai validitas di sebuah item kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program *Statistical Package for The Social Science for windows* (SPSS)

26. Kriteria pengujian validitas yaitu taraf signifikan ( $\alpha$ ) yang digunakan adalah 5% dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai rhitung  $>$  rtabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika nilai rhitung  $<$  rtabel maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas.

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable, kuesioner dapat dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dan stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini penulis menggunakan cronbach's alpha. Pemberian interpretasi terhadap reliabilitas variabel dapat dikatakan reliable (reliable) jika koefisien variabelnya lebih dari 0,7 yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\alpha = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum s^2 \text{ item}}{s^2 \text{ total}} \right)$$

Keterangan :

- $\alpha$  = Cronbach Alpha.
- $n$  = banyaknya pertanyaan.
- $s^2 \text{ item}$  = variance dari pertanyaan.
- $s^2 \text{ total}$  = variance dari skor.

## 3. Analisis Deskriptif

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.



Menurut Ghozali (2016), analisis deskriptif dapat memberikan gambaran suatu

data yang dapat dilihat dari rata-rata, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan kemencengan distribusinya

a. Rata-rata

Rata-rata hitung adalah penjumlahan nilai pengamatan dalam distribusi lalu dibagi oleh jumlah pengamatannya. Rumus rata-rata hitung adalah:

$$\bar{X} = \sum_{i=1}^n \frac{Xi}{n}$$

Keterangan:

$\bar{X}$  = Rata-rata hitung

$Xi$  = Data

$n$  = Jumlah data

b. Rentang Nilai

Rumus yang digunakan untuk menghitung rentang nilai:

$$Rn = \frac{m - 1}{m}$$

$$Rn = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Keterangan:

$Rn$  = Rentang nilai

$m$  = Jumlah Kategori

**Tabel 3.5**  
**Rentang Skala**

Rentang Nilai	Kriteria (Online Review)	Kriteria (Online Rating)	Kriteria (Keputusan Pembelian)
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1,81 - 2,60	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
2,61 - 3,40	Netral	Netral	Netral
3,41 – 4,20	Setuju	Setuju	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju

**4. Analisis Regresi Berganda**

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.



Model regresi linier berganda yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$



Keterangan:

$X_1$  = Online Customer Review  
 $X_2$  = Online Customer Rating  
 $Y$  = Keputusan Pembelian  
 $\beta_1$  = Koefisien  $X_1$

$\beta_2$  = Koefisien  $X_2$   
 $\epsilon$  = Variabel Gangguan

#### a. Uji Asumsi Klasik

Model regresi berganda tersebut harus memenuhi syarat asumsi klasik sebagai berikut:

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji distribusi normal yang ada di model regresi, apakah variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan analisis grafik dan analisis statistic (Ghozali, 2016). Dalam penelitian ini cara yang akan digunakan adalah analisis statistic yaitu dengan cara menguji statistic non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan hipotesis:

$H_0$  : Data residual berdistribusi normal

$H_1$  : Data residual berdistribusi tidak normal

Jika terdapat normalitas, maka residual yang ada di model akan terdistribusi secara normal.

##### 2. Uji Heteroskedastisitas





Menurut Ghozali (2016), uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain, model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini metode yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas adalah metode uji Glejser. Jika nilai signifikan  $>0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika nilai signifikan  $<0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antar variable bebas, model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi korelasi antar variable bebas. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

VIF  $>10$ , terjadi multikolinieritas

VIF  $<10$ , tidak terjadi multikolinieritas

b. Pengujian Kesesuaian Model (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah model regresi dapat digunakan atau tidak, nilai F hitung dan signifikansi F akan diperoleh dari table ANOVA.

Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$$

$$H_a : \text{Paling sedikit ada satu } \beta_i \neq 0 \quad i: 1,2$$

Apabila nilai sig.F  $<0,05$  maka tolak  $H_0$ , yang menunjukkan bahwa model regresi tersebut dapat digunakan.

c. Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk menentukan apakah setiap variable bebas

berpengaruh signifikan terhadap variable terikat. Dengan menggunakan IBM SPSS 26 maka akan dapat diperoleh nilai t hitung dan juga Sig.. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_i = 0$$

$$H_a : \beta_i > 0 \quad i: 1,2$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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.

