



BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini akan membahas objek penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

A. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah Aplikasi Tiket.com, sedangkan subjek penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menggunakan aplikasi Tiket.com. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online.

B. Desain Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:109), desain penelitian adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran dan analisis data berdasarkan pertanyaan penelitian dari studi.

Menurut Cooper dan Schindler (2017:148), pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini bias ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda, yaitu;

1. Berdasarkan tingkat perumusan masalah

Penelitian ini termasuk dalam penelitian formal, karena penelitian ini dimulai dengan identifikasi masalah dan dimana tujuan akhirnya adalah untuk menjawab identifikasi masalah tersebut.

2. Berdasarkan metode pengumpulan data



Penelitian ini dilakukan dengan cara sebar kuesioner, karena penelitian ini mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui cara-cara personal atau non-personal. Data yang dihasilkan dari data isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Berdasarkan pengendalian variabel-variabel

Penelitian ini menggunakan desain *ex-post facto*, dimana penulis mampu memanipulasi variabel-variabel yang ada. Penulis dapat melaporkan apa yang terjadi atau tidak terjadi.

4. Berdasarkan tujuan penelitian

Penelitian ini termasuk dalam studi deskriptif, karena penelitian ini dilakukan untuk memaparkan nilai preferensi merek.

5. Berdasarkan dimensi waktu

Penelitian ini menggunakan studi lintas-seksi (*cross-sectional*), yaitu studi yang dilaksanakan satu kali dan mencerminkan “potret” dari suatu keadaan pada suatu saat tertentu.

6. Berdasarkan ruang lingkup topik bahasan

Penelitian ini menggunakan studi statistik karena penelitian ini diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik.

7. Berdasarkan lingkungan penelitian

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field studies*) karena subjek dan obyek penelitian berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya.

8. Berdasarkan persepsi subjek

Dalam penelitian ini persepsi subjek yang diusahakan adalah subjek tidak



merasa ada penyimpangan dari rutinitas sehari-hari.

C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Dalam penelitian ini terdapat 3 jenis variabel yang digunakan yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Bebas

Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini meliputi:

- *Online Customer Review (X1).*
- *Online Customer Rating (X2).*

2. Variabel Terikat

Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah variabel *Purchase Intention*

Indikator dan item pernyataan setiap variabel dijabarkan sebagai berikut

A. Variabel *Online Customer Review*

Variabel *Online Customer Review* dijabarkan dalam tabel 3.1 berikut :

Tabel 3.1

Indikator dan Item Pernyataan *Online Customer Review*

Indikator	Pernyataan	Skala
-----------	------------	-------



<p><i>Perceived Usefulness</i> (Manfaat yang dirasakan).</p>	<p>1. <i>Online customer review</i> membuat lebih mudah untuk berbelanja atau memesan secara <i>online</i>. 2. <i>Online customer review</i> membuat lebih mudah dalam mencari dan menemukan informasi tentang produk atau jasa.</p>	<p>Interval</p>
<p><i>Source credibility</i> (Kredibilitas sumber).</p>	<p>1. Percaya kepada fitur <i>online customer review</i> yang disediakan Tiket.com. 2. Percaya pada <i>review</i> yang diberikan oleh pelanggan lain.</p>	<p>Interval</p>
<p><i>Argument quality</i> (kualitas argumen).</p>	<p>1. <i>Review</i> suatu produk atau jasa memberikan informasi mengenai kelebihan dan kekurangan produk atau jasa yang diulas. 2. <i>Review</i> pada Tiket.com membantu saya menentukan pilihan pembelian.</p>	<p>Interval</p>
<p><i>Valance</i> (valensi)</p>	<p>1. <i>Review</i> produk atau jasa di Tiket.com memberikan informasi yang benar. 2. <i>Review</i> produk atau jasa di Tiket.com memberikan gambaran yang lengkap mengenai produk atau jasa secara keseluruhan. 3. <i>Review</i> yang positif mempengaruhi pendapat terhadap produk atau jasa tersebut. 4. Saya akan mencari alternatif produk atau jasa lain apabila terdapat <i>review</i> negatif pada suatu produk atau jasa.</p>	<p>Interval</p>

Sumber: Latifa P. dan Harimukti W. (2016) dalam Shidieq (2020)

Variabel *Online Customer Rating*

Variabel *Online Customer Rating* dijabarkan dalam tabel 3.2 berikut :

Tabel 3.2



Indikator dan Item Pernyataan *Online Customer Rating*

Indikator	Pernyataan	Skala
<p><i>Rating</i> keseluruhan produk atau jasa</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p>1. <i>Online rating</i> mempermudah konsumen untuk mengurangi jumlah pertimbangan produk atau jasa yang ingin dibeli.</p> <p>2. <i>Online rating</i> membantu konsumen untuk mengidentifikasi produk atau jasa yang terbaik.</p> <p>3. <i>Online rating</i> menuntun konsumen dalam membuat keputusan pembelian terhadap suatu produk atau jasa.</p> <p>4. <i>Online rating</i> mempermudah konsumen dalam membuat keputusan pembelian.</p> <p>5. <i>Online rating</i> membantu untuk mengidentifikasi produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.</p>	Interval
<p><i>Rating</i> fitur produk</p>	<p>1. <i>Rating</i> fitur di Tiket.com membantu untuk mempelajari performa produk atau jasa.</p> <p>2. <i>Rating</i> fitur di Tiket.com membantu untuk memahami keunggulan produk atau jasa.</p>	Interval

Sumber: Filieri (dalam Hermawan Wibisono dkk 2021)

Variabel *Purchase Intention*

Variabel *Purchase Intention* dijabarkan dalam tabel 3.3 berikut :

Tabel 3.3


Indikator dan Item Pernyataan *Purchase Intention*

Indikator	Pernyataan	Skala
<p>Tertarik mencari informasi mengenai produk atau jasa.</p>	<p>Saya merasa tertarik untuk membeli produk atau jasa akan terdorong untuk mencari informasi lebih</p>	Interval

Hak cipta milik IBI KKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



	banyak mengenai produk atau jasa tersebut.	
 Mempertimbangkan untuk membeli.	Saya mulai melakukan evaluasi terhadap pilihan yang tersedia dan mempertimbangkan untuk membeli produk atau jasa didalam aplikasi Tiket.com.	Interval
Pertarik untuk mencoba.	Saya merasa ketertarikan untuk mencoba akan timbul saat saya selesai mengevaluasi produk atau jasa yang ada didalam aplikasi Tiket.com.	Interval
Ingin mengetahui produk atau jasa.	Saya memiliki keinginan untuk mengetahui produk atau jasa didalam aplikasi Tiket.com.	Interval
Ingin memiliki produk atau jasa.	Saya ingin memiliki produk atau jasa yang ada didalam aplikasi Tiket.com	Interval

Sumber : Schiffman dan Kanuk dalam Wibisono (2021)

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam mengumpulkan data yaitu dengan cara melakukan metode komunikasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik komunikasi dengan cara online melalui *google form* kepada para responden yang pernah menggunakan dan memesan tiket di aplikasi Tiket.com.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dari hasil kuesioner yang disebarakan kepada responden yang pernah menggunakan dan memesan tiket di aplikasi Tiket.com.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, dimana tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan metode pengambilan



sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *judgement sampling*. Menurut Sekaran dan Bougie (2017:68), metode pengambilan sampel dalam *judgement sampling* digunakan jika jumlah atau kategori orang tertentu memiliki informasi yang dicari terbatas. Adapun kriteria responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melihat *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* pada *e-Commerce* Tiket.com.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

F. Teknik Analisis Data

Setelah kuesioner disebar, data-data yang didapatkan dari menyebar kuesioner harus diolah dan dalam penelitian ini, data-data tersebut diolah dengan menggunakan software SPSS.

Untuk menganalisis data dan mengukur seberapa besar Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap *Purchase Intention* pada *e-Commerce* Tiket.com. Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis untuk mempermudah proses pengolahan data, antara lain:

1) Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016 : 52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dan suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur. Dalam penelitian ini akan digunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*. Rumusnya sebagai berikut:



$$r = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X \Sigma Y)}{\sqrt{[n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][n \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Kolerasi *product moment*

n = Jumlah responden

X = Nilai pertanyaan/*item*

Y = Skor total responden

2) Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016:47), reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsistensi atau stabil dari waktu ke waktu.

Menurut Nunnally (1994) dalam Ghazali (2016:48), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.70.

Rumus *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

$$\sigma^2 = \frac{\Sigma x^2 - \frac{(\Sigma x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

r = Reliabilitas instrument

k = Banyak butir pertanyaan

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 IBIKKGG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKGG.



σ^2 = Varians total

$\sum \sigma^2$ = Jumlah varians butir

X_i = Nilai skor yang dipilih

n = Jumlah sampel

3) Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2016:19), analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis, dan *skewness* (kemencengan distribusi). Dalam penelitian ini, analisis deskriptif yang digunakan adalah sebagai berikut:

a) Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden yang tertulis dalam profil responden pada kuesioner yaitu jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Rumus yang digunakan untuk menghitung persentase adalah sebagai berikut:

$$Fr_1 = \frac{\sum fi}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr_1 = Frekuensi alternatif ke-*i* setiap kategori

$\sum fi$ = Jumlah kategori yang termasuk kategori *i*

n = Total responden

b) Rata-rata Hitung (*Mean*)

Mean dilakukan untuk menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok

③ sampel kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut, Mean dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i$$

Keterangan:

\bar{x} = Rata-Rata Hitung

x_i = Nilai sampel ke- i

n = Jumlah sampel

c) Rata-rata Tertimbang

Rata-rata tertimbang adalah rata-rata yang dihitung dengan memerhitungkan timbangan/bobot untuk setiap datanya. Setiap penimbang/bobot tersebut merupakan pasangan setiap data. Rumus dari rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i f_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

\bar{x} = Rata-rata tertimbang

x_i = Nilai data ke- i

f_i = Bobot data ke- i

n = Jumlah data

d) Rentang Skala/Skala Likert



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.



Rentang skala digunakan untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel, rumus yang digunakan untuk menghitung rentang skala adalah sebagai berikut.

Tabel 3.4
Skala Likert

Skala Peringkat	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Dalam menghitung skala penelitian digunakan rentang skala, yaitu sebagai berikut:

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

$$Skala = \frac{skor\ tertinggi - skor\ terendah}{banyaknya\ kelas}$$

$$RS = \frac{m - p}{b}$$

Keterangan :

RS = Rentang Skala penilaian

m = Skor tertinggi

p = Skor terendah

b = Jumlah kelas atau kategori

Skor terbesar 5 dan skor terkecil 1, dan jumlah kategori ada 5, maka dapat ditentukan skalanya, yaitu sebagai berikut:

$$R_s = \frac{5 - 1}{5}$$

STS	TS	N	S	SS
1,00	1,80	2,60	3,40	4,20
				5,00

Keterangan:

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju

2,61 – 3,40 = Netral

3,41 – 4,20 = Setuju

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju

4) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Ghozali (2016:154), bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah residual yang mempunyai distribusi normal. Uji normalitas dapat diuji dengan uji Kolmogorov-Sminov. Kriteria untuk menentukan apakah data residual berdistribusi normal adalah sebagai berikut:

- (1) Jika probabilitas < 0.05 berarti data residual berdistribusi tidak normal.
- (2) Jika probabilitas > 0.05 berarti data residual berdistribusi normal.

b) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2016:134), Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian 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.

Kriteria uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- (1) Jika probabilitas < 0.05 maka terjadi heteroskedastisitas.
- (2) Jika probabilitas > 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016:103), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau VIF (Variance Inflation Factor). Kriteria untuk bebas multikolinearitas adalah nilai *tolerance* > 0.10 atau nilai VIF < 10 .

- (1) Jika nilai *tolerance* > 0.10 atau VIF < 10 , maka tidak terdapat multikolinearitas.
- (2) Jika nilai *tolerance* < 0.10 atau VIF > 10 , maka terdapat multikolinearitas.

5) Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi menurut Ghozali (2016:94), digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan *random*/stokastik yang berarti mempunyai distribusi probabilitas dan variabel independen/bebas diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Rumus analisis regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:



Y = Minat Beli

X_1 = *Online Customer Review*

X_2 = *Online Customer Rating*

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel *Online Customer Review*

β_2 = Koefisien regresi variabel *Online Customer Rating*

e = Error

a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Menurut Ghozali (2016:96), uji F digunakan untuk mengukur signifikansi secara simultan/bersama-sama terhadap variabel Y apakah model regresi penelitian layak atau tidak. Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah model layak digunakan atau tidak adalah:

(1) Taraf signifikansi / Sig. F ($\alpha = 0.05$).

(2) Jika nilai Sig. F > 0.05 maka model tidak layak untuk digunakan dalam penelitian.

(3) Jika nilai Sig. F < 0.05 maka model layak untuk digunakan dalam penelitian.

b. Uji Signifikan Koefisien (Uji T)

Uji T menurut Ghozali (2016:97), digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen. Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen signifikan atau tidak adalah sebagai berikut:

(4) Taraf signifikansi/Sig. t ($\alpha = 0.05$).



(2) Jika nilai Sig. $t < 0.05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

(3) Jika nilai Sig. $t > 0.05$ maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Imam Ghozali (2016: 95), koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel terikat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

(1) $R^2 = 0$, artinya variabel bebas (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y).

(2) $R^2 = 1$, artinya variabel bebas (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBIKKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.