



BAB III

METODE PENELITIAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Obyek Penelitian

Shopee sendiri berfungsi dalam hal obyek studi, sedangkan pembeli yang sering menggunakan *platform* tersebut mewakili subyek penelitian. Kuesioner untuk penelitian ini didistribusikan dalam format *online*.

B. Desain Penelitian

Para ilmuwan menggunakan strategi penelitian kausal dalam studi kuantitatif mereka. Untuk mengukur signifikansi hubungan dan pengaruh dari sebuah penelitian, para peneliti sering kali menggunakan desain penelitian kausal (Husein Umar, 2019: 49). Para periset ingin mengetahui seberapa besar dampak dari variabel independen, oleh karena itu mereka memilih desain penelitian kausal dalam hal ini, ulasan dan peringkat yang ditinggalkan oleh pelanggan aktual di situs web terhadap variabel dependen kemungkinan konsumen melakukan pembelian dari produk atau layanan yang sedang diteliti.

C. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu adalah *online customer review* (X1) dan *online customer rating* (X2) sebagai variabel bebas, sedangkan niat beli (Y) sebagai variabel terikat.

Variabel-variabel ini diukur dengan skala berikut:

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.



1. Online Customer Review



Hak cipta dimiliki oleh Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Tabel 3. 1

Indikator Variabel *Online Customer Review* (X1)

| Variabel | Indikator | Pernyataan | Skala |
|--|-----------------------------|---|----------|
| <i>Online Customer Review</i> (Latifa dan Harimukti, 2020) | <i>Perceived Usefulness</i> | <i>Online customer review</i> membuat saya lebih mudah untuk berbelanja produk <i>fashion</i> <i>Online customer review</i> membuat saya lebih mudah dalam menemukan informasi tentang produk <i>fashion</i> | Interval |
| | <i>Source Credibility</i> | Percaya kepada fitur <i>online customer review</i> yang disediakan Shopee. Percaya pada <i>review</i> yang diberikan oleh pelanggan Shopee lain. | Interval |
| | <i>Augment Quality</i> | <i>Review</i> pada Shopee membantu menentukan pilihan pembelian. <i>Review</i> suatu produk memberikan informasi mengenai kelebihan dan kekurangan produk yang diulas. | Interval |
| | <i>Valance</i> | <i>Review</i> pada Shopee membantu menentukan pilihan pembelian. <i>Review</i> produk <i>fashion</i> di Shopee memberikan gambaran yang lengkap mengenai produk <i>fashion</i> secara keseluruhan. Dengan adanya <i>review</i> dapat membuat berpendapat positif terhadap produk. | Interval |

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.



2. Online Customer Rating

© Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Tabel 3. 2

Indikator Variabel *Online Customer Rating* (X2)

| Variabel | Indikator | Pernyataan | Skala |
|--|-------------------------------------|---|----------|
| <i>Online Customer Rating</i> (Auliya et al, 2017) | Jumlah <i>rating</i> | Semakin banyak jumlah <i>rating</i> yang diberikan <i>customer</i> lain memberikan dorongan untuk membeli produk <i>fashion</i> pada Shopee | Interval |
| | Penilaian kualitas produk atau jasa | Merasa terbantu dalam menentukan kualitas produk <i>fashion</i> setelah melihat <i>rating</i> pada Shopee. | Interval |

3 Niat Beli

Tabel 3. 3

Indikator Variabel Niat Beli (Y)

| Variabel | Indikator | Pernyataan | Skala |
|---|---|---|----------|
| Niat Beli Schiffman dan Kanuk dalam Wibisono (2021) | Tertarik mencari informasi mengenai produk <i>fashion</i> | Tertarik untuk mencari informasi produk <i>fashion</i> yang diminati di Shopee | Interval |
| | Mempertimbangkan untuk membeli | Perlu mempertimbangkan untuk membeli produk <i>fashion</i> yang tersedia di Shopee. | Interval |
| | Tertarik untuk mencoba | Tertarik untuk mencoba produk <i>fashion</i> yang tersedia di Shopee | Interval |
| | Ingin mengetahui produk atau jasa | Ingin mengetahui produk <i>fashion</i> yang tersedia di Shopee | Interval |
| | Ingin memiliki produk atau jasa | Ingin memiliki produk <i>fashion</i> yang tersedia di Shopee | Interval |

© 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.



D. Teknik Pengambilan Sampel

Strategi dalam mengambil sampel non-probabilitas akan diterapkan dalam penelitian ini. Setiap elemen atau anggota populasi tiada mempunyai probabilitas yang sejenis agar ditentukan menjadi sampel ketika menggunakan metode *sampling* non-probabilitas, seperti yang didefinisikan dari Sugiyono (2017: 90). *Judgement sampling*, *Judgement sampling* merupakan bentuk *sampling convenience* yang didalamnya elemen populasi dipilih berdasarkan *judgement* peneliti, adalah metode yang digunakan di sini. Responden pada studi ini didapatkan dari pelanggan yang sudah melakukan pembelian barang *fashion* dari marketplace Shopee

Setidaknya 100, kata Hair dkk. (2019:133). bentuk sampel dengan rasio 10:1 atau lebih besar lebih disukai, dan dalam banyak kasus, ukuran sampel setidaknya lima kali kuantitas item tanggapan yang tentunya dievaluasi. Menurut teori diatas, jumlah minimum sampel yang dibutuhkan untuk 16 pertanyaan yang disiapkan dalam studi ini adalah 16 x 10, atau 160 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada studi ini, kuesioner didistribusikan kepada partisipan melalui *online* menggunakan formulir Google untuk mengumpulkan data. Data untuk penelitian ini berasal dari survei terhadap pelanggan Shopee yang telah melakukan pembelian di sana. Informasi ini dianggap sebagai data primer karena dikumpulkan langsung dari responden.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hakipta 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



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

SPSS 26.0 digunakan untuk memeriksa data dan menentukan seberapa besar dampak ulasan dan peringkat *online* terhadap kecenderungan pengguna dalam melaksanakan terbelinya di platform Shopee.

1. Uji Validitas

Periset memakai prosedur kuantitas Pearson Product Moment untuk mencapai pilihan mengenai uji validitas; tingkat signifikansi ditetapkan sebesar 5%, dan nilai r tabel adalah 0,361.

Tabel r memiliki nilai 0,361. Hal ini mengarah pada hasil antara lain:

- a) Pernyataan bisa dibuktikan valid jika nilai r hitung > r tabel.
- b) Pernyataan bisa dibuktikan tak valid jika nilai r uji hitung < r tabel.

2. Uji Reliabilitas

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.



Jika responden secara terus-menerus memberi jawaban yang sama untuk pertanyaan yang sama selama beberapa kali pemberian kuesioner indikator, itu adalah tanda ketergantungan yang tinggi. Ketergantungan suatu survei bisa dihitung dengan menggunakan Cronbach's alpha. Rumus berikut ini harus digunakan jika koefisiennya lebih besar dari 0,6:

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

Keterangan:

α = Cronbach Alpha

n = banyaknya pertanyaan

s^2 item = *variance* dari pertanyaan

s^2 total = *variance* dari skor

3. Analisis Deskriptif

Analisa deskriptif meringkas data dengan menghitung metrik seperti rata-rata, median, modus, dan rentang.

a) Rata-rata

Untuk menentukan rata-rata, kami menjumlahkan semua nilai dalam sampel dan membaginya dengan ukuran sampel. Jadi, inilah rumusnya:

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

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

Keterangan:

X = Rata-rata hitung

Xi = Data

n = Jumlah data

b) Rentang Nilai

Rumusnya adalah:

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

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

Keterangan:

Rn = Rentang nilai

m = Jumlah Kategori

c) Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata ditetapkan, posisi responden dapat ditentukan dengan memberikan nilai numerik pada setiap variabel berdasarkan skala yang telah ditetapkan. Berikut adalah persamaan untuk skala derajat:



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.

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

Keterangan:

m = Rata-rata tertinggi

p = Rata-rata terendah

b = Jumlah kelas atau banyaknya kategori

Berdasarkan jumlah kelompok yang diperiksa di sini (lima), skala berkisar dari satu (skor terendah) hingga lima (skor tertinggi).

Tabel 3. 5
Rentang Skala

| Skala | 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

Pemeriksaan ini akan memastikan proses persalinan yang sehat. Memastikan bahwa data saya terdistribusi secara normal. Hipotesis ini diuji dengan menggunakan statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov:

H0: Data residu diasumsikan mengikuti distribusi normal.

H1: Data dari residu berdistribusi tak normal.

b. Uji Multikolinearitas



Ghozali (2018:107) menyarankan untuk melakukan uji multikolinearitas agar memeriksa adanya saling ketergantungan di antara variabel-variabel bebas dalam model. Untuk tujuan ini, dapat dikenali dari nilai VIF-nya.

- a) Andai hasil Tolerance $> 0,10$ atau VIF < 10 , maka tak terdapat multikolinieritas
- b) Andai hasil Tolerance $< 0,10$ atau VIF > 10 , maka terdapat multikolinieritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018:137) mengatakan jika uji heteroskedastisitas digunakan dalam mengetahui bagaimana residual suatu pengamatan memiliki varians yang berbeda dengan pengamatan yang lain pada model regresi. Bahan dan metode berikut cocok untuk analisis ini:

- a) Homoskedastisitas atau tidak terjadinya heteroskedastisitas ditunjukkan jika nilai sig > 0.05 .
- b) Ketika nilai sig < 0.05 dengan demikian terjadi heteroskedastisitas.

5. Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan Ghozali (2016:94), analisa regresi dipakai dalam mengevaluasi tingkat korelasi pada sepasang variabel ataupun yang lain serta dalam menggambarkan tujuan korelasi pada variabel dependen serta variabel independen. Dalam pengambilan sampel berulang, biasanya diyakini bahwa variabel dependen bersifat acak dan mengikuti semacam distribusi probabilitas, sedangkan variabel independen atau bebas bersifat konstan. Studi ini menggunakan rumus antar lain:

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

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

Keterangan:

Y = Niat 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*

a. Pengujian Kesesuaian Model (Uji F)

Menemukan hubungan antara variabel independen dan dependen adalah tujuannya. Orientasi pada penelitian ini tujuannya untuk menentukan bagaimana sistem regresi yang diusulkan layak. Tabel ANOVA akan menyertakan nilai F serta signifikansi dari nilai F tersebut. Saat mengambil keputusan, ada beberapa hal yang dipertimbangkan:

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

H_a : Paling sedikit ada satu $\beta_i \neq 0$ $i: 1,2$

Jika nilai sig.F kurang dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa model regresi tidak efektif harus ditolak.

b. Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji t)

Dengan hanya menggunakan uji T, setiap variabel diuji sebagian. Kolom sig (signifikansi) dari tabel koefisien berisi hasil uji T. Terdapat pengaruh yang cukup besar dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) jika angka probabilitasnya sama dengan 5%. Jika angka probabilitas $> \alpha = 5\%$, maka tak



ada pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Hipotesis yang akan diuji adalah:

(1) Pengaruh *online customer review* (X1) terhadap niat beli (Y)

Ho1: $\beta_1 = 0$, tak ada pengaruh positif antara *online customer review* terhadap niat beli.

Ha1: $\beta_1 > 0$, ada pengaruh positif antara *online customer review* terhadap niat beli. Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

(a) Jika nilai sig-t $< 0,05$, maka tolak H0, atau bisa disimpulkan terdapat pengaruh positif *online customer review* terhadap niat beli.

(b) Jika nilai sig-t $> 0,05$, maka tidak tolak H0 atau bisa disimpulkan tak terdapat pengaruh positif *online customer review* terhadap niat beli.

(2) Pengaruh *online customer rating* (X2) terhadap niat beli (Y)

Ho2: $\beta_2 = 0$, tak ada pengaruh positif antara *online customer rating* terhadap niat beli.

Ha2: $\beta_2 > 0$, ada pengaruh positif antara *online customer rating* terhadap niat beli.

Berikut ini adalah alasan di balik pilihan tersebut.:

(a) Bisa dikatakan ada pengaruh positif *online customer rating* terhadap niat beli, jika nilai sig-t $< 0,05$, maka tolak H0.

(b) Bisa dikatakan tak ada pengaruh positif *online customer rating* terhadap niat beli, jika nilai sig-t $> 0,05$, maka tak tolak H0.

c. Uji Koefisien Determinasi

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.

Seperti yang disebutkan oleh Setiawan (2015:12), koefisien determinasi dapat dipakai untuk mencari tahu berapa persen varians total dalam variabel independen yang bisa dijelaskan oleh seluruh varians dalam variabel independen. Koefisien determinasi menganalisis sejauh mana satu set variabel independen dapat meningkatkan atau menurunkan standar deviasi dari satu set variabel dependen. Dalam kasus tertentu, R^2 dapat memiliki nilai nol, sementara dalam kasus lain bisa bernilai 1. Variabel independen yang penting dapat disimpulkan ketika R^2 mendekati 1.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.