

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Menurut Sugiyono (2013:3) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah ini berarti kegiatan penelitian yang didasari dari ciri khas keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis. Data yang diperoleh melalui penelitian ini adalah data empiris yang mempunyai kriteria dan karakteristik tertentu atau valid.

#### **B. Objek dan Waktu Penelitian**

Objek yang diteliti pada penelitian ini adalah Produk *Fashion* Toko Walk Group. Subjek pada penelitian ini yaitu customer Toko Walk Group yang bertempat tinggal di Kota Bogor. Sumber data yang digunakan yaitu data primer yang didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden yang dijadikan sampel.

Waktu pelaksanaan penelitian ini dimulai dari bulan Agustus sampai dengan bulan November 2023. Jenis penelitian ini kuantitatif yang digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel umumnya didapatkan secara acak (random). Pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

### C. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel

Penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas (independent) yaitu kualitas produk (X1) dan *online customer review*(X2) dengan variabel terikat (dependent) yaitu keputusan pembelian (Y).

Agar dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang variabel penelitian, maka penulis akan menjelaskan tabel operasional variabel sebagai berikut :

**Tabel 2.**  
**Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Pengaruh Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	Menurut Kotler dan Amstrong (2010:27) Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya.	1. Kinerja 2. Daya tahan 3. Kesesuaian dengan spesifikasi 4. Kehandalan	<i>Skala Likert</i>
2.	Pengaruh Online	Lackermair, (2013). Online Customer Rating menjadi salah	1. Awareness (kesadaran)	<i>Skala Likert</i>

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
	Customer Review ( $X_2$ )	satu cara calon pembeli untuk mendapatkan informasi tentang penjual	2. Frequency (frekuensi) 3. Comparison (perbandingan) 4. Effect (pengaruh)	
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Kotler dan Keller (2016:194) menyatakan keputusan pembelian adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.	1. Tujuan Membeli Sebuah Produk 2. Pencarian Informasi 3. Kebiasaan Dalam Membeli Produk 4. Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain 5. Melakukan Pembelian Ulang	<i>Skala Likert</i>

#### D. Populasi dan Sampel Populasi

##### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2021:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah customer Toko Walk Group yang bertempat tinggal di Kota Bogor.

## 2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2021:127). pada penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama pada setiap unsur (anggota) populasi untuk ditentukan menjadi sampel.

Teknik penentuan sampel pada penelitian ini yaitu dengan sampling purposive, yaitu teknik penetapan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah customer Toko Walk Group. Serta menggunakan teknik sampling accidental yaitu dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau bertemu yang sesuai konteks penelitian.

Populasi dalam sebuah penelitian ada yang jumlahnya diketahui (finit) dan ada yang jumlahnya tidak diketahui (infinif). Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dan keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2021:136) sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang dicari

Z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%,  
dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang Salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel, biasanya 5%

Sehingga diperoleh jumlah sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini dengan tingkat kesalahan sampel 5% yaitu 385 orang dan 30 orang untuk uji validitas dan reliabilitas dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5)}{0,05^2} = \frac{3,8416(0,25)}{0,0025} = \frac{0,9604}{0,0025} = 384,16$$

## E. Jenis Dan Sumber Data

### 1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Dimana data ini didapat langsung melalui pengisian kuesioner dari customer toko walk group.

Sedangkan data sekunder menurut Sugiyono (2018:456) yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, melalui orang lain atau melalui dokumen. Dapat disimpulkan bahwa data ini diperoleh secara tidak langsung, langsung ataupun historis dalam arsip. Data sekunder yaitu data dengan metode kepustakaan yang membahas tentang online customer rating dan online customer review terhadap pembelian.

## **2. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, peneliti melakukan teknik pengumpulan data dengan cara sebagai berikut :

### **a. Kuesioner**

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab.

### **b. Studi Kepustakaan**

Merupakan metode pengumpulan data dengan mempelajari literatur yang relevan dengan penelitian untuk mendapatkan gambaran teoritis mengenai konsep variabel penelitian.

### **c. Wawancara**

Merupakan kegiatan komunikasi tanya jawab suatu topik tertentu untuk mendapatkan suatu informasi dari topik yang ingin sedang dibicarakan

d. Observasi

Merupakan teknik yang dilakukan dengan observasi secara langsung terhadap kondisi dalam perusahaan dan dilakukan dalam waktu tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian.

## F. Teknik Analisis Data

Tujuan dari teknik analisis data adalah untuk menjawab rumusan masalah ataupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data-data yang telah dikumpulkan kemudian diolah sehingga dapat diambil kesimpulan yang sesuai dengan uji yang akan digunakan nantinya. Pada kesimpulan tersebut akan diketahui bagaimana pengaruh antar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibuat valid atau tidak. Jika pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan apa yang akan diukur, maka kuesioner tersebut dikatakan valid. Pengujian menggunakan perangkat komputer *Statistical Program for Social Science (SPSS)* dalam mengukur validitas instrumen menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n(\sum X^2) - (\sum X)^2 \mid n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

R	= Koefisien korelasi
n	= Jumlah subjek atau responden
$\sum X$	= Skor butir
$\sum Y$	= Skor total
$\sum X^2$	= Jumlah kuadrat nilai X
$\sum Y^2$	= Jumlah kuadrat nilai Y

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

Jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ , maka kuesioner dapat dikatakan valid.

Jika  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$  maka kuesioner tidak dapat dikatakan valid

Dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan manual dengan mengaplikasikan rumus diatas, melainkan dengan memanfaatkan program statistik yaitu SPSS.

#### b. Uji Reliabilitas

Menurut Basuki A dalam Muhammad Rifai (2019:77) uji reliabilitas guna menetapkan apakah instrumen kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Berikut rumus metode Cronbach Alpha yang digunakan dalam penelitian ini :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{11}$	= Reliabilitas Instrumen
$\sum \sigma_b^2$	= Jumlah varian butir pertanyaan

$$V_t^2 = \text{Total Varian}$$

$$k = \text{Jumlah Butir Pertanyaan}$$

## 2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Husein Umar (2016:182) uji asumsi klasik adalah pengujian asumsi-asumsi statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda. Uji asumsi klasik digunakan untuk memastikan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal dan dalam model tidak mengandung homoskedastisitas dan multikolinieritas. Uji asumsi klasik dilakukan hanya pada analisis regresi linear.

### a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154) uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel *dependent* (terikat) dan variabel *independent* (bebas) mempunyai kontribusi atau tidak. Menggunakan uji statistik nonparametik *Kolmogorov Smirnov*, dengan rumus :

$$KD = 1,36 \frac{\sqrt{n_1 - n_2}}{n_1 n_2}$$

Keterangan :

$KD$  = Jumlah *Kolmogorov – smirnov* yang dicari

$n_1$  = jumlah sample yang diperoleh

$n_2$  = jumlah sample yang diharapkan

Penelitian berdistribusi normal apabila memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ( $\text{sig} > 0,05$ ). Hal tersebut dapat terlihat dari *normal probability plot* yang membentuk garis lurus diagonalnya. Uji

normalitas dapat berpedoman pada uji *Kolmogrov Smirnov* dengan ketentuan :

- 1) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:105) uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji model regresi apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen pada model regresi yang baik. Guna mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam regresi pada penelitian ini dapat dengan melihat nilai VIF (Varian Inflated Factor) dimana apabila nilai VIF  $>5$  maka dinyatakan terjadi gejala multikolinearitas.

Nilai VIF dapat dicari menggunakan rumus berikut:

$$VIF = \frac{1}{2 - R^2}$$

Keterangan :

$VIF$  = hasil linearitasvariance inflation factor

$R^2$  = koefisien determinasi

Dimana  $R^2$  adalah koefisien determinasi apabila salah satu variabel independen dijadikan variabel dependen pada model regresi. Pada

umumnya apabila  $VIF > 10$  maka variabel tersebut memiliki persoalan multikolinearitas dengan variabel independen lainnya.

c. Uji Heteroskedastitas

Menurut Ghozali (2016:139) uji heteroskedastisitas adalah uji heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain pada model regresi. Apabila varian residual bersifat tetap dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, maka dinyatakan homoskedastisitas, lalu apabila berbeda dinyatakan heterokedastisitas.

Cara untuk mengetahui adanya heterokedastisitas dapat dengan cara melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED. Scatterplot yaitu sebuah grafik yang diplot poin atau titik yang menyatakan hubungan antar dua data.

Pengambilan keputusan analisis heterokedastisitas sebagai berikut:

- 1) Apabila terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu teratur, dapat bergelembung, melebur lalu menyempit maka mengidentifikasi terjadi heterokedastisitas.
- 2) Apabila tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar di bawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y maka mengidentifikasi tidak terjadi heterokedastisitas.

d. Uji Linearitas

Menurut Sugiyono dan Susanto (2015:323) uji linearitas dapat dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dapat dilakukan melalui *test of linearity* menggunakan perangkat komputer dengan aplikasi SPSS statistik.

dengan rumus :

$$F = \frac{R_{rjk}(Tc)}{R_{rjk}(G)}$$

Keterangan :

$F$  = hasil liniearitas

$R_{rjk}(Tc)$  = rerata jumlah kuadrat tuna cocok

$R_{rjk}(G)$  = rerata jumlah kuadrat kekeliruan

Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity Sig.* > 0,05 maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.

### 3. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017:147) statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan berlaku untuk umum atau generalisasi. Deskripsi karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan.

Adapun rumus yang digunakan dalam metode ini yaitu rumus rata-rata tertimbang sebagai berikut:

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

Keterangan :

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

$X^i$  = Nilai data ke -  $i$

$W^i$  = Bobot data ke -  $i$

$n$  = Jumlah data

#### 4. Analisis Korelasi

Korelasi ganda (*multi corelation*) adalah korelasi antara dua atau lebih variabel bebas secara bersama-sama dengan satu variabel terikat. Angka yang menunjukkan arah dan besar kuatnya hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat tersebut. Menurut Sugiyono (2021:257) rumus korelasi adalah sebagai berikut:

$$r_{y \cdot x_1 x_2} = \frac{\sqrt{r^2 yx_1 + r^2 yx_2 - 2ryx_1 ryx_2} yx_1 x_1}{1 - r^2 x_1 x_2}$$

Keterangan :

$R_{y \cdot x}$  = Korelasi  $X_1$  dan  $X_2$  secara bersama-sama dengan  $Y$

$ryx_1$  = Korelasi product moment antara  $X_1$  dengan  $Y$

$ryx_2$  = Korelasi product moment antara  $X_2$  dengan  $Y$

$rx_1 x_2$  = Korelasi product moment antara  $X_1$  dengan  $X_2$

Adapun rumus dari korelasi product moment yaitu sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n(\sum x^2) - (\sum x)^2)(n(\sum y^2) - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Ukuran sampel

x = Variabel independen

y = Variabel dependen

Kemudian penulis dalam menginterpretasikannya menggunakan tabel berikut :

**Tabel 3.**

**Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

*Sumber : Sugiyono (2019:48)*

**5. Analisis Regresi Linear Berganda**

Ghozali dalam Muhammad Rifai (2019:57) memaparkan analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui arah pengaruh positif atau negatif dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Kemudian menurut Sugiyono (2016:188) persamaan analisis regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1(X_1) + \beta_2(X_2) + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefesien pengaruh kualitas produk

$\beta_2$  = Koefesien pengaruh *online customer review*

X1 = kualitas produk

X2 = *Online customer review*

e = *error*

## 6. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2021:99) uji hipotesis merupakan kesimpulan sementara pada suatu permasalahan yang sifatnya dugaan sementara karena kebenarannya masih harus dibuktikan. Untuk menguji adakah pengaruh yang signifikan secara statistik, maka diperlukan pengujian hipotesis. Hipotesis nol ( $H_0$ ) diuji dengan distribusi t ratio. Pengujian terakhir dilakukan dengan uji t, yaitu untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis.

Dalam penelitian ini hipotesis-hipotesis yang diuji adalah hipotesis yang diajukan yaitu :

### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen Kualitas Produk (X1) secara parsial terhadap variabel dependen

Keputusan Pembelian (Y). Apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji t bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen Kualitas Produk (X1) secara parsial atau individual terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y). Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat menjabarkan sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 = 0$ ,            Yaitu tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko walk group melalui *e-commerce* Shopee.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$ ,            Yaitu terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko walk group melalui *e-commerce* Shopee.

$H_0 : \beta_2 = 0$ ,            Yaitu tidak terdapat pengaruh online customer review terhadap keputusan pembelian di toko walk group melalui *e-commerce* Shopee.

$H_1 : \beta_2 \neq 0$ ,            Yaitu terdapat pengaruh online customer review terhadap keputusan pembelian di toko walk group melalui *e-commerce* Shopee.

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial (sendiri-sendiri) antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

$t_{hitung}$  = statistik uji korelasi

$n$  = jumlah sample

$r$  = nilai korelasi parsial

$r$  = korelasi antara variabel x dan y

Dasar pengambilan keputusan dalam uji statistic t menurut Ghozali dalam Muhammad Rifai (2019:50) adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.
- 2) Jika nilai t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

b. Uji Simultan (Uji f)

$H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$ , Yaitu tidak ada pengaruh kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce Shopee*.

$H_1 : \beta_1 \beta_2 \neq 0$ , Yaitu ada pengaruh kualitas produk dan online customer review secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce Shopee*.

Uji Statistik F dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus :

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

$F_{hitung}$  = nilai hipotesis simultan

$R^2$  = kuadrat koefisien kolerasi ganda

$k$  = jumlah variabel yang diamati

$n$  = jumlah sampel

Dasar pengambilan keputusan dalam uji statistik F menurut Ghozali dalam Muhammad Rifai (2019:50) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.
- 2) Jika nilai F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.

## 7. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi yang besarnya ialah kuadrat koefisien korelasi ( $R^2$ ). Karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel *independent*, maka koefisien ini umumnya disebut koefisien penentu. Bentuk persamaan koefisien determinasi ialah sebagai berikut :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

$KD$  = Koefisien determinasi

$R$  = Nilai koefisien korelasi