

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2021) metode penelitian merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian meliputi proses pengumpulan data, analisis, dan juga interpretasi informasi yang berkaitan dengan objek yang diteliti. Dari pengertian tersebut, terdapat empat elemen penting yang perlu dipahami lebih mendalam, yaitu pendekatan ilmiah, data, tujuan, dan manfaat. Penelitian yang menggunakan metode ilmiah memiliki ciri-ciri seperti rasional, berdasarkan bukti nyata (empiris), dan dilakukan secara sistematis. Data yang dikumpulkan melalui proses ini harus berupa data empiris yang memenuhi standar validitas, reliabilitas, dan objektivitas. Apabila data memenuhi syarat valid, maka secara otomatis data tersebut juga reliabel dan objektif.

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, karena berlandaskan pada pola pikir logis, dimulai dari penyusunan hipotesis hingga pada tahap pengujian data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan dianalisis secara statistik. Jenis penelitian yang diterapkan bersifat asosiatif kausal, yang berarti fokus utamanya adalah untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara dua atau lebih variabel, sehingga dapat diketahui bagaimana keterkaitan antarvariabel tersebut.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dimulai dari bulan Maret sampai bulan September tahun 2025 dan dilaksanakan di Kota Bogor, meliputi wilayah Kecamatan Bogor Utara, Kecamatan Bogor Barat, Kecamatan Bogor Selatan, Kecamatan Bogor Tengah, dan Kecamatan Bogor Timur.

C. Variabel Penelitian

1. Variabel Dependen

Variabel dependen, variabel ini sering kali disebut sebagai variabel *output*, kriteria, dan juga konsekuen. Dalam bahasa Indonesia variabel ini disebut sebagai variabel terikat, yaitu variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2021).

Adapun variabel dependen yang terdapat pada penelitian ini, yaitu:

a. *Purchasing Decision*

Purchasing Decision (keputusan pembelian) adalah keputusan akhir yang diambil oleh individu atau kelompok yang bertanggung jawab dalam membeli barang atau jasa untuk kebutuhan konsumsi pribadi.

2. Variabel Independen

Variabel independen, salah satu jenis variabel yang sering kali disebut sebagai variabel stimulus, *antecedent*, atau pun *predictor*. Dalam bahasa Indonesia variabel independen disebut sebagai variabel bebas, yaitu

variabel yang menjadi pengaruh atau sebab dalam perubahan atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2021).

Berikut adalah beberapa variabel independen yang terdapat dalam penelitian ini:

a. *Online Costumer Rating*

Online costumer rating adalah pendapat yang diberikan oleh konsumen melalui skala penilaian tertentu, di mana skala bintang menjadi yang paling umum digunakan.

b. *Online Costumer Review*

Online customer review adalah sebuah ulasan yang terdapat pada konten (*online review*) dimana para konsumen bisa menulis dan melihat ulasan secara *online* mengenai sebuah produk atau jasa.

3. Variabel *Intervening*

Variabel *intervening* adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen, sehingga hubungan keduanya menjadi tidak langsung serta tidak dapat diamati atau diukur.

Berikut adalah variabel *intervening* yang terdapat dalam penelitian ini:

a. *Trust*

Trust (kepercayaan) adalah kesediaan suatu perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Hal ini bergantung pada sejumlah faktor antarpribadi dan antarorganisasi, seperti persepsi kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebajikan perusahaan.

D. Operasional Variabel

Agar mendapatkan penjelasan mengenai variabel yang akan di teliti lebih detail, peneliti menyajikannya dalam bentuk sebuah tabel operasional sebagai berikut:

Tabel 5
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Kode Indikator	Pengukuran
<i>Purchasing Decision</i>	<i>Purchasing decision</i> adalah keputusan akhir yang diambil oleh individu atau kelompok yang bertanggung jawab dalam membeli barang atau jasa untuk kebutuhan	1. Pemilihan Produk (<i>Product Choice</i>) 2. Pemilihan Merek (<i>Brand Choice</i>) 3. Pemilihan Penyalur (<i>Dealer Choice</i>) 4. Waktu Pembelian (<i>Purchase Timing</i>) 5. Metode Pembayaran (<i>Payment Method</i>)	1. PD1 2. PD2 3. PD3 4. PD4 5. PD5	Skala <i>Likert</i>
<i>Online Costumer Rating</i>	<i>Online costumer rating</i> adalah pendapat yang diberikan oleh konsumen yang diberikan oleh konsumen melalui skala	1. Persepsi tentang kegunaan (<i>Perceived Usefulness</i>) 2. Persepsi tentang kontrol	1. OCR1 2. OCR2 3. OCR3	Skala <i>Likert</i>

Variabel	Definisi	Indikator	Kode Indikator	Pengukuran
	bintang menjadi yang paling umum digunakan. Semakin tinggi jumlah bintang yang diberikan, semakin menunjukkan bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang baik.	3. Persepsi tentang layanan (<i>Perceived Service</i>)		
<i>Online Costumer Review</i>	<i>Online customer review</i> adalah sebuah ulasan yang terdapat pada konten (<i>online review</i>) dimana para konsumen bisa menulis dan melihat ulasan secara <i>online</i> mengenai sebuah produk atau jasa	1. Kredibilitas sumber (<i>Source Credibility</i>) 2. Valensi (<i>Valence</i>) 3. Kualitas Argumen (<i>Argumen Quality</i>)	1. OCRW1 2. OCRW2 3. OCRW3	Skala Likert

Variabel	Definisi	Indikator	Kode Indikator	Pengukuran
<i>Trust</i>	<i>Trust</i> (kepercayaan) adalah kesediaan suatu perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Hal ini bergantung pada sejumlah faktor antarpribadi dan antarorganisasi, seperti persepsi kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebajikan perusahaan	1. Ketulusan (<i>Benevolence</i>) 2. Kemampuan (<i>Ability</i>) 3. Integritas (<i>Integrity</i>) 4. Kesediaan untuk bergantung (<i>Willingness to depend</i>)	1. T1 2. T2 3. T3 4. T4	Skala <i>Likert</i>

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Berbicara tentang populasi, Sugiyono (2021) menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah yang terdiri atas suatu objek atau pun subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik/sifat tertentu dan ditetapkan peneliti guna dipelajari dan setelah itu ditarik, kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi sasaran adalah pengguna yang sudah pernah melakukan transaksi di aplikasi TikTok Shop setidaknya satu kali

dan tinggal di Kota Bogor, jumlah pasti populasi dalam penelitian ini tidak diketahui.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2021), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik/sifat yang dimiliki oleh populasi yang di teliti. Jika populasi besar, tidak mungkin peneliti mempelajari semua yang ada pada populasi, hal ini dikarenakan oleh terbatasnya tenaga, dana dan waktu, maka dari itu peneliti dapat mengambil sampel yang ada dari populasi.

Dalam proses pengambilan sampel dari populasi, terdapat beberapa teknik. Sugiyono (2021) mengelompokannya menjadi dua kelompok teknik *sampling*, yaitu sebagai berikut:

- a. *Probability sampling*, salah satu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama untuk setiap unsur/anggotanya, setelah itu dipilih untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *diapportionate stratified random sampling* dan *area sampling*.
- b. *Non Probability sampling*, berbeda dengan teknik sebelumnya, teknik ini tidaklah memberikan peluang atau pun kesempatan yang sama bagi setiap unsur/anggota populasi kemudian dipilih untuk dijadikan sampel. Teknik ini meliputi *sampling* sistematis, *sampling* kuota, *purposive sampling*, *sampling* jenuh dan *snowball sampling*.

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling*. *Purposive sampling* bisa disebut juga

dengan *judgement sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang sengaja digunakan karena informasi didapatkan berasal dari sumber yang dipertimbangkan berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2021). Kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu pengguna yang melihat kolom ulasan dan rating sebelum melakukan transaksi dengan aplikasi TikTok Shop.

Dalam buku Hair (2022) berjudul “Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R” berpendapat bahwa dalam menghitung ukuran sampel dengan SEM – PLS jumlah sampel harus 5-10 kali jumlah indikator pada tingkat signifikansi alpha 5%. Dalam penelitian ini, menggunakan 12 (dua belas) indikator, maka penentuan ukuran sampel yaitu:

$$6 \times \text{jumlah indikator}$$

$$6 \times 15 = 90$$

Dengan demikian, 90 (sembilan puluh) sampel akan diteliti yaitu konsumen yang menggunakan Aplikasi TikTok Shop sebagai responden.

F. Metode Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam sebuah penelitian ini ada dua yaitu, data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini berupa pertanyaan yang didapatkan secara langsung dari sumbernya dengan menyebarkan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan kepada pengguna aplikasi TikTok Shop di Kota Bogor untuk mengetahui pengaruh apa yang diberikan *online costumer rating* dan *online costumer review* terhadap *purchasing decision* melalui *trust* sebagai variabel *intervening* dengan bantuan Google Form.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan dari berbagai buku, jurnal, studi kepustakaan, dan juga berbagai literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan peneliti berupa kuesioner yang dibuat oleh peneliti dan disebar melalui internet berupa Google Form. Kuesioner diberikan kepada responden dengan harapan pernyataan diisi berdasarkan persepsi dan pendapat masing-masing individu.

Pernyataan yang ada pada kuesioner diukur menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2021), skala *likert* digunakan untuk mengukur pendapat, persepsi dan sikap individu atau pun kelompok mengenai fenomena sosial. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner menggunakan skala *likert* dengan kategori antara 1-5 mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

Tabel 6

Skala Pengukuran Berdasarkan Skala *Likert*

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

H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan mengelompokkan data berdasarkan variabel & jenis responden, mentabulasi

data, menyajikan data, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2021).

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah salah satu teknik statistik yang digunakan untuk analisis dan menyajikan data dengan cara mendeskripsikan data apa adanya, tanpa tujuan menarik kesimpulan atau pun melakukan generalisasi (Sugiyono, 2021). Analisis pada penelitian ini menggunakan analisis metode perhitungan rata-rata tertimbang dengan rumus sebagai berikut:

$$W = \frac{\sum W_i X_i}{n}$$

Keterangan:

W : Rata-rata tertimbang

W_i : Nilai Bobot

X_i : Frekuensi

n : Jumlah Responden

Distribusi frekuensi merupakan proses pengelompokan data ke dalam beberapa interval atau kategori tertentu (Sugiyono, 2021). Langkah ini melibatkan perhitungan persentase frekuensi dari tiap item pernyataan dalam kuesioner, dengan tujuan untuk memverifikasi data yang telah dimasukkan serta mengkategorikan masing-masing variabel yang dianalisis. Untuk menentukan interval kelas, digunakan rumus sebagai berikut:

$$R_s = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Skala}}$$

Keterangan:

Rs = Rentang skala

Skor Tertinggi = 5 (skor dalam instrumen penilaian kuesioner)

Skor Terendah = 1 (skor dalam instrumen penilaian kuesioner)

Jumlah Skala = 5

Berikut adalah interval kelas yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7
Penilaian Interval Kelas

No	Skor	Kategori
1	1,00-1,80	Sangat Buruk
2	1,81-2,60	Buruk
3	2,61-3,40	Cukup
4	3,41-4,20	Baik
5	4,21-5,00	Sangat Baik

2. Pengukuran SEM-PLS

Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah SEM (*Structural Equation Modeling*) yang akan dilakukan melalui program SmartPLS versi 4.

SEM (*Structural Equation Modeling*) atau model persamaan struktural, merupakan teknik analisis yang menggabungkan aspek dari analisis faktor dan analisis jalur. SEM memungkinkan pengujian hubungan antara variabel laten (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung) dan indikatornya. SEM adalah analisis statistik untuk penelitian yang membutuhkan analisis secara serempak seluruh variabel dan indikatornya (Setiabudhi et al., 2025). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data SEM (*Structural Equation*

Modelling) PLS (*Partial Least Square*) yang merupakan teknik analisis statistik multivariat yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel laten (konstruk) dan indikatornya secara simultan. PLS sering dipakai untuk prediksi dan pengembangan model struktural, terutama pada data kecil dan tanpa asumsi normalitas. Teknik ini dijalankan melalui program Smart PLS 4.1.0.9 dan digunakan untuk menunjukkan model konseptual dengan variabel laten yang diukur melalui semua indikator. (Setiabudhi et al., 2025)

Dalam evaluasi model SEM-PLS dengan SmartPLS 4.1.0.9, (Setiabudhi et al., 2025) ditemukan bahwa analisis faktor konfirmasi (CFA) dapat digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk laten.

Hair, J.F, et al. (2022) menyatakan bahwa kriteria uji dilakukan pada kedua model tersebut ialah sebagai berikut.

a. Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model merupakan komponen dalam PLS-SEM yang menggambarkan keterkaitan antara konstruk laten dengan indikator-indikator yang digunakan untuk mengukurnya. Tujuan dari *outer model* adalah memastikan bahwa indikator tersebut memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang memadai.

Penilaian *outer model* berfokus pada pengujian validitas (konvergen dan diskriminan) serta reliabilitas, yang dapat dilihat melalui nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan validitas survei. Survei dianggap valid jika pernyataannya memberikan informasi tentang apa yang diukur.

a) *Convergent Validity*

Nilai *loading factor* pada variabel laten dengan indikatornya disebut juga nilai *convergen* validitas. Nilai *convergen* validitas dihitung berdasarkan korelasi antara skor item atau campuran dengan skor *construct* yang dihitung dengan PLS. Nilai *loading factor* lebih dari 0.7 dianggap baik, artinya dapat dipertahankan dan dapat diukur. Selain itu nilai *convergent validity* juga dapat diukur dengan *average variance extracted* (AVE) setiap konstruk dalam model. Jika $AVE > 0.5$ maka dianggap valid. Adapun formula AVE adalah:

$$AVE = \frac{\sum \lambda_1^2}{\sum \lambda_1^2 + \sum_1 var(\varepsilon_1)}$$

b) *Discriminant Validity*

Nilai *loading factor* dalam *Discriminant Validity* berguna untuk mengetahui apakah konstruksi memiliki diskriminan yang memadai, yaitu dengan membandingkan nilai beban pada konstruksi yang dituju harus lebih besar daripada nilai beban pada konstruksi lain. Setiap variabel harus $\geq 0,70$, jika *cross loading* pada variabel yang berhubungan lebih besar dibandingkan dengan *cross loading* pada variabel laten lainnya maka dapat dikatakan valid.

inner model atau model struktural dilakukan untuk mengukur pengaruh dan signifikansi hubungan jalur antara konstruk (*path coefficients*) dan nilai R^2 dari model penelitian.

1) *R-Square*

Nilai *R-Square* (R^2) adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Menurut Hair, J.F, et al. (2022), nilai $\geq 0,75$ dianggap kuat (*substantial*), nilai 0,55–0,74 dianggap sedang (*moderate*), serta nilai 0,25–0,49 dianggap lemah (*weak*). Untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel yang memengaruhi terhadap variabel yang dipengaruhi, koefisien determinasi (*R-Square Adjusted*) digunakan. Untuk melihat apakah ada pengaruh substantif dari variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen dapat ditentukan dengan menggunakan perubahan nilai *R-square*.

2) Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)

Metode *bootstrapping* ini merupakan model yang dievaluasi dengan melihat nilai signifikansi untuk mengetahui pengaruh antarvariabel yang ada di dalam penelitian. Nilai *p-value* (*one-tailed*) digunakan untuk mengukur signifikansi.

Pengujian signifikansi digunakan untuk menilai pengaruh serta kelayakan model secara keseluruhan. Metode Model Persamaan Struktural (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS)

semakin banyak diminati karena mampu diterapkan pada skala pengukuran tertentu dan tidak membutuhkan jumlah sampel yang besar. Penggunaan PLS dinilai lebih tepat terutama dalam penelitian yang melibatkan variabel *intervening* serta hubungan antar variabel yang perlu diuji secara simultan.

Berikut merupakan jenis efek yang dianalisis dalam pengujian signifikansi menurut Hair, J.F., et al. (2022) sebagai berikut.

a. *Direct Effect*

Direct effect adalah pengaruh langsung dari satu variabel laten (independen) terhadap variabel laten lainnya (dependen) tanpa melalui variabel *intervening*. *Direct effect* dapat dilihat secara langsung dari *output path coefficients* di SmartPLS dan menunjukkan pengaruh langsung antara variabel laten.

b. *Indirect Effect*

Indirect effect merupakan pengaruh yang dimediasi oleh satu atau lebih variabel *intervening*. Ini adalah jalur tidak langsung di mana variabel independen memengaruhi variabel dependen melalui variabel *intervening*.

Indirect Effect dihitung dengan cara mengalikan koefisien jalur dari variabel independen ke mediator dan dari mediator ke dependen. SmartPLS juga menyediakan *output* ini dalam bagian "*Indirect Effects*" pada hasil *bootstrapping*.

Dalam uji ini, tingkat signifikansi p -value sebesar 0,05 (5%) dan t -statistic $> 1,66$, berikut ketentuan lebih jelasnya:

a) Nilai Probabilitas/Signifikansi (p -value)

- Jika nilai p -value $< 0,05$, maka pengaruh variabel signifikan
- Jika nilai p -value $> 0,05$, maka pengaruh variabel tidak signifikan

b) Nilai Uji t (t -statistic)

- Jika nilai t -statistic $> 1,66$, maka pengaruh variabel signifikan
- Jika nilai t -statistic $< 1,66$, maka pengaruh variabel tidak signifikan