

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan, artinya terjun langsung ke lapangan untuk mempelajari permasalahan yang akan diteliti (Indriantoro, 2002, hlm. 92). Informasi serta data yang diperoleh dari lokasi penelitian akan dihimpun melalui penggunaan kuesioner yang akan diisi oleh para responden.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode kuantitatif juga disebut sebagai metode tradisional karena telah digunakan sejak lama. Metode ini digunakan untuk melihat populasi ataupun sampel tertentu, dengan menggunakan alat penelitian untuk mengumpulkan data. Data kuantitatif atau statistik kemudian dianalisis untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan, sebagaimana yang dijelaskan oleh Sugiyono (2013, hlm. 17). Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan variabel secara apa adanya didukung oleh data berupa angka yang dihasilkan dari keadaan sebenarnya.

Penelitian ini digarap dengan cara mempelajari pengaruh *online customer review, rating*, dan kepercayaan terhadap keputusan konsumen untuk melakukan berbelanja dan faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan masyarakat Kabupaten Murung Raya berbelanja di *marketplace*

Shopee yang merupakan salah satu *platform* berbelanja *online* yang digemari masyarakat.

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel penelitian, yaitu variabel *independen* (variabel bebas yang memiliki pengaruh) dan variabel *dependen* (variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel *independen*). Konsep ini sesuai dengan penjelasan (Sugiyono, 2013, hlm. 69). Berikut adalah daftar variabel *dependen* dan *independen* yang digunakan dalam penelitian ini:

- a. Variabel *independen* (X_1) : *Online Customer Review*
- b. Variabel *independen* (X_2) : *Rating*
- c. Variabel *independen* (X_3) : Kepercayaan
- d. Variabel *dependen* (Y) : Keputusan Berbelanja

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini ialah Kabupaten Murung Raya, khususnya masyarakat yang memakai *marketplace shopee* sebagai media untuk berbelanja secara *online*. Kabupaten Murung Raya ialah salah satu kabupaten di Provinsi Kalimantan Tengah.

Kabupaten Murung Raya merupakan kabupaten hasil pemekaran dari Kabupaten Barito Utara, yang diresmikan menjadi kabupaten definitif pada tanggal 20 April 2002 (BPS, 2021, hlm. 33). Hal tersebut sesuai dengan UU Nomor 5 Tahun 2002 mengenai pembentukan kabupaten-kabupaten pemekaran di Kalimantan Tengah.

Menurut BPS (2021, hlm. 7), Kabupaten Murung Raya merupakan kabupaten terluas di Provinsi Kalimantan Tengah. Dengan memiliki luas wilayah sebesar 23.700 km² atau 15,43 persen dari luas Provinsi Kalimantan Tengah. Wilayah Kabupaten Murung Raya berbatasan langsung dengan Kalimantan Timur pada bagian utara dan timur, kemudian berbatasan dengan Kalimantan Barat pada bagian utara dan barat, lalu berbatasan juga dengan Kabupaten Gunung Mas pada bagian selatan dan barat, serta berbatasan dengan Kabupaten Barito Utara dan Kabupaten Kapuas pada bagian selatan.

Kabupaten Murung Raya merupakan salah satu kabupaten yang terletak di paling ujung provinsi Kalimantan Tengah sehingga masih banyak barang-barang yang dibutuhkan masyarakat belum beredar di pasaran Kabupaten tersebut, hal tersebut yang mendorong masyarakatnya berbelanja di *marketplace* maupun *online shop* terutama *shopee*.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian merupakan individu, benda, atau organisasi yang digunakan sebagai sumber informasi yang diperlukan untuk mengumpulkan data penelitian. Istilah lain yang digunakan untuk subjek penelitian ialah responden, yaitu orang yang memberikan tanggapan terhadap perlakuan yang diberikan kepadanya (Azhari dkk., 2023, hlm. 98). Pada penelitian ini subjek yang digunakan ialah masyarakat Kabupaten Murung Raya yang menggunakan *marketplace Shopee* sebagai media berbelanja *online*.

Sedangkan objek merupakan hakikat keadaan dari suatu benda atau orang yang menjadi pusat, obyek penelitian atau yang diteliti dalam kegiatan penelitian

(Azhari dkk., 2023, hlm. 99). Oleh karena itu, fokus penelitian ini adalah pada variabel yang memiliki pengaruh terhadap keputusan untuk berbelanja di *marketplace Shopee*.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2013, hlm. 126) menuturkan bahwa, populasi merujuk pada wilayah generalisasi yang mencakup entitas atau subjek tertentu yang memiliki jumlah dan karakteristik khusus yang telah diidentifikasi oleh peneliti, dan kemudian informasi ini digunakan untuk melakukan analisis dan membuat kesimpulan.

Pada penelitian ini peneliti mengambil populasi dari masyarakat Kabupaten Murung Raya yang diambil berdasarkan kriteria tertentu yakni, pengguna ataupun pernah berbelanja di *marketplace shopee* dengan usia di atas 17 tahun baik laki-laki maupun perempuan yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti.

2. Sampel

Metode pengambilan sampel yang diterapkan pada penelitian ini adalah teknik sampling insidental. Pendekatan ini melibatkan pemilihan sampel secara kebetulan, di mana individu yang ditemui secara kebetulan oleh peneliti dapat dianggap sebagai sampel, asalkan peneliti yakin bahwa orang tersebut sesuai sebagai sumber data (Sugiyono, 2013, hlm. 133).

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow*, karena belum diketahui jumlah pasti populasinya. Di bawah ini rumus *Lemeshow*:

$$n = \frac{Z\alpha^2 \cdot P \cdot Q}{L^2}$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

$Z\alpha$: nilai standar dari distribusi $\alpha = 5\% = 1.96$

P : estimasi proporsi populasi

Q : interval dan penyimpanan

L : tingkat ketelitian 10%

Dengan merujuk pada rumus yang telah disebutkan sebelumnya, maka jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(1.96^2) \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0.1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0.01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan rumus tersebut, n yang dihasilkan adalah 96,04. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis mengambil data dari sampel yang berjumlah 96 orang.

E. Data dan Sumber Data

1. Data

Pada dasarnya data dimengerti sebagai sekumpulan informasi maupun keterangan-keterangan dari suatu hal yang diperoleh dengan melalui

pengamatan atau juga pencarian ke sumber-sumber tertentu. Data yang didapat namun belum diolah lebih lanjut dapat menjadi sebuah fakta atau anggapan. Data yang diterapkan pada penelitian ini ialah:

a. Data Primer

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan secara langsung dari responden. Data ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada individu yang memenuhi persyaratan tertentu.

b. Data Sekunder

Data sekunder ialah berbagai informasi yang sebelumnya telah dikumpulkan oleh peneliti serta digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Data sekunder juga bisa berasal dari data yang telah digunakan maupun dipublikasikan oleh suatu organisasi (Sugiyono, 2013, hlm. 156). Data sekunder dalam penelitian ini diambil dari literature yang telah tersedia termasuk buku, hasil karya jurnal atau artikel penelitian lain yang berhubungan dengan topik penelitian.

2. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini adalah subjek atau entitas dari mana data diperoleh. Sumber data yang digunakan pada penelitian ialah responden atau masyarakat Kabupaten Murung Raya yang dianggap dapat memberikan data hasil dari kuesioner yang berkaitan dengan penelitian dan telah dibagikan.

F. Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui proses survei menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang menggabungkan pertanyaan dengan jawaban yang telah disediakan, baik yang bersifat tertutup maupun terbuka.

Pada penelitian ini, pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala *likert*. Sesuai dengan penjelasan Sugiyono (2013, hlm. 146), variabel-variabel yang ingin diukur diubah menjadi indikator variabel. Indikator-indikator ini menjadi landasan untuk merancang item-item instrumen, yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Dalam kuesioner, masing-masing pertanyaan berisi lima pilihan dengan skala 1 sampai 5. Jawaban dengan penilaian negatif akan mendapat nilai 1, dan jawaban dengan penilaian positif mendapat nilai 5.

G. Desain Pengukuran dan Instrumen Penelitian

1. Desain Pengukuran

Pada penelitian ini, peneliti menerapkan pengukuran menggunakan *likert*. Dengan skala tersebut dapat berfungsi sebagai pengukur subjek, sikap, kejadian tertentu dan objek. Setiap item yang menggunakan skala *likert* akan diberi skor dengan cara sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju (skor 5)

S : Setuju (skor 4)

N : Netral (skor 3)

TS : Tidak Setuju (skor 2)

STS : Sangat Tidak Setuju (skor 1)

2. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono, 2013 (hlm. 156), instrument penelitian merupakan alat yang dipakai untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati, dalam konteks ini disebut sebagai variabel penelitian. Instrument dikembangkan dengan menggunakan variabel penelitian, baik variabel bebas maupun terikat. Seperti terlihat dalam tabel berikut:

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
<p><i>Online Customer Review</i> (X₁) Putri & Wandebori (2016)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Source Credibility</i> 2. <i>Argument Quality</i> 3. <i>Perceived Usefulness</i> 4. <i>Review Valence</i> 5. <i>Quantity of Reviews</i> 	Skala Likert
<p><i>Rating</i> (X₂) Menurt Elwalda dalam (L. K. B. Martini dkk., 2022)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Perceived Usefulness</i> 2. <i>Perceived Enjoyment</i> 3. <i>Perceived Control</i> 	Skala Likert
<p>Kepercayaan (X₃) Schoorman dkk. (2007)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan (<i>Ability</i>) 2. Kebaikan Hati (<i>Benevolence</i>) 3. Integritas (<i>Integrity</i>) 	Skala Likert

Keputusan Berbelanja (Y) (Kotler & Amstrong, 2008)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebiasaan dalam Berbelanja 2. Kemantapan terhadap Suatu Produk 3. Melakukan Pembelian Ulang 4. Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain 	Skala <i>Likert</i>
---	---	---------------------

H. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel terikat yakni keputusan berbelanja dan tiga variabel *independen* yaitu *Online Customer Review*, *Rating*, dan Kepercayaan. Setiap variabel terikat dan bebas di atas adalah sebagai berikut:

- 1) *Online Customer Review* (X_1)
- 2) *Rating* (X_2)
- 3) Kepercayaan (X_3)
- 4) Keputusan Berbelanja (Y)

I. Analisis Data

Teknik analisis data yang diterapkan untuk menjawab permasalahan yang dirumuskan atau untuk melakukan uji hipotesis dalam penelitian ini ialah:

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

- a. Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah mengevaluasi sejauh mana pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mencerminkan konsep atau aspek yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut. Sebuah kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat secara akurat mencerminkan aspek yang hendak diukur oleh kuesioner. Perhitungan dilakukan dengan membandingkan hasil soal dengan total skor masing-masing variabel. Perhitungan akan dilakukan dengan menggunakan aplikasi statistik SPSS 22 dengan kriteria berikut:

- 1) Didapati hasil yang valid bila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan nilai signifikansi 0,05.
- 2) Didapati hasil yang tidak valid bila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan nilai signifikansi 0,05.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada sejauh mana serangkaian pengukuran atau alat ukur tetap konsisten. Dengan kata lain, jika kita mengukur sesuatu dengan menggunakan alat ukur yang sama, kita dapat mengharapkan hasil yang serupa atau konsisten dalam pengukuran yang lebih dari satu. Reliabilitas berbeda dari validitas. Artinya pengukuran yang dapat diandalkan untuk mengukur secara konsisten, tapi belum tentu mengukur apa yang seharusnya diukur.

Sebuah kuesioner dianggap memiliki realibilitas jika respon individu terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut tetap konsisten dan stabil sepanjang waktu. Untuk mencapai tujuan tersebut,

peneliti melakukan uji realibilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* yang diukur dalam rentang skor 0 hingga 1. Kuesioner dikatakan memiliki realibilitas yang memadai jika nilai *Alpha Cronbach's* melebihi 0,60.

2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Sugiyono & Susanto (2017, hlm. 135), asumsi klasik merujuk pada persyaratan yang harus dipenuhi sebelum kita dapat menggunakan analisis untuk menguji hipotesis yang telah diujikan. Sebelum peneliti melakukan analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis penelitian, ada beberapa pengujian yang perlu dilakukan terhadap data yang akan diproses, sebagaimana berikut ini:

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas adalah alat yang bermanfaat untuk mengevaluasi bagaimana data dalam suatu kelompok data atau variabel tersebar, apakah data tersebut memiliki distribusi yang mendekati normal atau tidak (A. Hidayat, 2013). Untuk menguji normalitas data, peneliti dapat menggunakan uji statistik *non-parametrik Kolmogrov-Smirnov* (K-S). dalam pengujian ini, jika nilai signifikansi hasil uji lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak memiliki distribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolonieritas dilakukan untuk mengevaluasi apakah model regresi menunjukkan adanya korelasi antara variabel

bebas (*independen*). Ketika variabel *independen* dalam model memiliki kemiripan yang signifikan, hal ini dapat mengakibatkan terjadinya korelasi yang kuat antara satu variabel *independen* dengan yang lainnya. Dalam regresi yang bersifat positif, jenis korelasi seperti ini tidak akan terlihat. Untuk mengetahui apakah ada atau tidak multikolinearitas, merujuk pada nilai yang digunakan sebagai indikatornya. Hal ini melibatkan nilai toleransi yang lebih besar dari 0,10 atau nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang kurang dari 0,1, yang dapat mengindikasikan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami multikolinearitas (Ghozali, 2011, hlm. 188).

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah ada perbedaan pada variasi residual antara dua pengamatan dalam model regresi. Penelitian ini menggunakan uji Glesjer untuk menguji heteroskedastisitas. Uji Glesjer dilakukan dengan melakukan regresi variabel bebas dengan nilai absolut residual. Dasar pengambilan keputusannya ialah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ artinya terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah teknik yang digunakan untuk menemukan dan mengukur pengaruh lebih banyak variabel *independen* atau data daripada variabel *dependen* yang ditunjukkan dalam persamaan regresi.

Gambar 3. 1 Rumus Analisis Regresi Linier Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

a = Konstanta

b_1 b_2 b_3 = Koefisien regresi masing-masing variabel

X_1 = *Online Customer Review*

X_2 = *Rating*

X_3 = Kepercayaan

e = *Error term* (variabel pengganggu) atau residual

4. Analisis Koefisien Determinansi (R^2)

Analisis determinan bertujuan agar mengetahui representasi pengaruh gabungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinan mencerminkan sejauh mana variasi dalam variabel terikat dijelaskan oleh model, yang dinyatakan sebagai $R^2 = 0$ hingga 1. Ketika $R^2 = 0$, maka pengaruh gabungan dari variabel bebas dan variabel terikat tidak ada. Dengan kata lain, variasi dalam variabel *independen* tidak mempengaruhi variasi dalam variabel *dependen*. Sebaliknya, $R^2 = 1$ ini menandakan bahwa variabel *independen* yang digunakan dalam model sepenuhnya menjelaskan variasi dalam variabel *dependen*.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien secara Parsial (Uji T)

Pengujian secara parsial (uji T) digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* dengan mengasumsikan bahwa variabel lainnya dianggap konstan atau tidak berubah. Eksperimen dilakukan dalam dua arah (*2 tailed*). Tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$) digunakan dalam penelitian ini. Dengan membuat keputusan seperti itu.

1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

2) Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

b. Uji Regresi secara Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk menentukan apakah variabel terikat secara bersamaan (simultan) mempengaruhi variabel bebas. Hasil pengujian ini dapat dilihat pada hasil ANOVA hasil analisis linier berganda. Pada penelitian ini, tingkat signifikansi 0,05 atau 5%. Pengujian dengan uji F yakni membandingkan F hitung dengan F tabel. Pengujian ini dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ H_0 diterima. Artinya seluruh variabel independen yang digunakan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_0 ditolak. Artinya seluruh variabel independen secara bersamaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian juga dapat dilakukan dengan mengamati signifikan F pada taraf α yang digunakan. Penelitian ini menggunakan taraf α sebesar 5%. Analisisnya didasarkan pada perbandingan antara nilai F dengan nilai signifikansi 0,05, dengan peraturan sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi $F < 0,05$, maka H_0 ditolak. Artinya seluruh variabel independen secara bersamaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika signifikansi $F > 0,05$, maka H_0 diterima. Artinya seluruh variabel independen yang digunakan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.