

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), adalah suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data dalam bentuk angka – angka yang bersifat kuantitatif, agar dapat meramalkan kondisi populasi, atau kecendrungan di masa yang akan datang. Penelitian kuantitatif memungkinkan adanya generalisasi untuk hasilnya, yang dihitung dengan analisis statistik (Arikunto and Suharismi 1995). Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk menggunakan dan mengembangkan model matematis atau data yang sangat pasti dan hipotesis yang bersangkutan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti (Yusuf Muri 2014). Dalam hal ini, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif karena pendekatan ini cenderung analisis penelitian menggunakan perhitungan untuk memperoleh hasil berupa angka untuk mengetahui pengaruh *online customer review* dan promosi online menggunakan TikTok Ads terhadap keputusan pembelian pada Generasi Z di Kota Banjarmasin.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan, Indonesia.

C. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dapat ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2019b). Populasi adalah sumber data yang berada di dalam suatu penelitian yang luas (Deni Darmawan 2014). Populasi penelitian adalah keseluruhan kelompok, yang terdiri dari peristiwa atau barang – barang, dan juga orang – orang yang diminati peneliti untuk dijadikan penelitian mereka (Amirullah 2015). Ditinjau dari populasinya, populasi dibagi menjadi dua yaitu *finite population* yang berarti populasi yang mempunyai anggota terbatas dan *infinite population* yang berarti populasi yang mempunyai anggota tidak terbatas. *Finite population* mempunyai sumber data yang jelas batas – batasnya secara kuantitatif, memiliki anggota atau elemen yang dapat diketahui atau dihitung berapa jumlahnya. Sedangkan sebaliknya, *infinite population* memiliki sumber data yang tidak bisa ditentukan batas – batasnya secara kuantitatif, mempunyai anggota yang tidak dapat diketahui berapa banyak anggotanya.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang berdomisili di Kota Banjarmasin yang jumlahnya tidak dapat diketahui dan bisa dikatakan dalam kategori tidak terbatas (*infinite population*).

Sampel adalah bagian dari seluruh jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono 2016). Sampel terdiri dari sebagian anggota populasi. Maka bisa disimpulkan sampel penelitian adalah sebagian dari populasi penelitian yang diambil untuk dijadikan sebagai sumber data dan digunakan untuk mewakili seluruh populasi penelitian. Adapun sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling* yaitu *Simple Random Sampling* yang mana teknik diambilnya sampel yang berasal pada populasi secara acak tanpa melihat strata pada populasinya.

Karena dalam penelitian ini populasinya tidak dikenali dengan pasti, maka agar dapat menentukan sampel yaitu menggunakan persamaan Cochran (Sugiyono 2019).

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

z^2 = Harga dalam kurva normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Margin eror 10%

Berdasarkan pada perolehan tersebut sebesar 96,04 yang mana dibulatkan menjadi 96 responden.

Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Generasi Z yang berdomisili di Kota Banjarmasin
2. Telah melakukan pembelian pada TikTok Shop

D. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan data dalam bentuk angka – angka yang bersifat kuantitatif, agar dapat meramalkan kondisi populasi, atau kecendrungan di masa yang akan datang.

2. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dari penelitian ini terbagi menjadi 2, yaitu:

a. Data Primer

(Kurniawan, A. W. and Puspitaningtyas, Z. 2016) mengatakan bahwa data primer merupakan data yang telah dikumpulkan secara individu oleh peneliti dan datanya diperoleh secara langsung melalui sumber pertama. Pada penelitian ini, data primer diambil dari sumber utama berupa Generasi Z yang merupakan subjek dari penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan dan sudah dipublikasikan oleh pihak ataupun instansi terkait sebagai pengumpul data sehingga datanya dapat dijadikan referensi oleh masyarakat (M. Kuncoro 2013). Pada penelitian ini, peneliti memperoleh data sekunder berupa jurnal, dan buku mengenai variabel yang akan diteliti, yaitu: *online customer review*, promosi online, dan keputusan pembelian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur penelitian seperti mengukur variabel atau fenomena yang akan diamati (Kurniawan, A. W. and Puspitaningtyas, Z. 2016). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Kuesioner digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data dari hasil membagi daftar pertanyaan kepada para responden untuk menghasilkan jawaban. Jenis kuesioner yang digunakan pada penelitian ini ialah kuesioner tertutup, yang mana peneliti sudah menyiapkan pilihan jawabannya, dan responden memilih jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.

Peneliti menggunakan kuesioner dari setiap indikator yang terdapat pada variabel yang akan diteliti. Setiap pertanyaan dalam kuesioner ini diukur menggunakan skala *Likert*.

Skala *Likert* adalah suatu pengukuran responden dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan pendapat responden terhadap variabel dan permasalahan yang ditanyakan oleh peneliti (Sugiyono 2019b).

Tabel 3. 1
Indikator Kuisisioner

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	<i>Online Customer Review</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Kesadaran</i> 2. <i>Frekuensi</i> 3. <i>Perbandingan</i> 4. <i>Efek</i> 	<i>Likert</i>
2	<i>Promosi Online</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Jangkauan Promosi</i> 2. <i>Kuantitas Penayangan Iklan di Media Massa</i> 3. <i>Kualitas Penyampaian Pesan</i> 	<i>Likert</i>
3	<i>Keputusan Pembelian</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Mengenali Kebutuhan</i> 2. <i>Pencarian Informasi</i> 3. <i>Evaluasi Alternatif</i> 4. <i>Keputusan Pembelian</i> 5. <i>Perilaku Pasca Pembayaran</i> 	<i>Likert</i>

F. Desain Pengukuran Dan Instrumen Kuesioner

Pada penelitian ini teknik pengukuran yang digunakan adalah Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan juga

persepsi dari seseorang atau kelompok orang tentang fenomena dan fakta sosial. Dalam penelitian, fakta dan juga fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian.

Dengan Skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk memiliki item instrumen yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan.

Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi (tingkatan) dari sangat positif hingga sangat negatif. Jawaban setiap pertanyaan yang menggunakan skala Likert memiliki rumusan sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju (diberi skor 5)

S : Setuju (diberi skor 4)

N : Netral (diberi skor 3)

TS : Tidak Setuju (diberi skor 2)

STS : Sangat Tidak Setuju (diberi skor 1)

G. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan sifat, objek, atribut, atau nilai dari orang, atau kegiatan yang memiliki berbagai macam variasi antara satu dengan yang lainnya yang ditetapkan oleh peneliti dengan maksud untuk dipelajari dan

ditarik kesimpulannya (Rafika Ulfa 2021). Ada beberapa variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X), disebut juga variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel lainnya, dan dapat diartikan sebagai hasil akibat terhadap variabel lainnya, yang pada umumnya memiliki urutan waktu. Adapun yang menjadi variabel independen atau variabel bebas dalam penelitian ini adalah variabel *Online Customer Review* dan Promosi Online.
2. Variabel Dependen (Y), disebut juga variabel terikat yang mana dipengaruhi oleh variabel bebas atau variabel independen, juga dapat dikatakan variabel dependen sebagai akibat dari variabel bebas atau variabel independen. Adapun yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini adalah variabel keputusan pembelian.

H. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data adalah sebuah proses dalam memperoleh data ringkasan ataupun angka ringkasan menggunakan rumus – rumus atau cara tertentu. Pengolahan data memiliki tujuan untuk mengubah data mentah dari hasil pengukuran menjadi data yang lebih halus sehingga memberikan arah untuk pengkajian yang lebih lanjut.

Dalam penelitian ini teknik pengolahan data yang digunakan adalah penghitungan komputasi program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) karena program ini memiliki kemampuan analisis

statistik yang cukup tinggi dan sistem manajemen data pada lingkungan grafis menggunakan menu-menu deksriptif dan menggunakan kotak-kotak dialog sederhana, sehingga dapat dengan mudah dipahami cara pengoperasiannya. Pengolahan data meliputi kegiatan:

a. *Editing*

Editing adalah pengoreksian atau pengecekan data yang telah dikumpulkan tentang pengaruh *online customer review*, dan promosi online terhadap keputusan pembelian, yang bertujuan untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan dilapangan dan bersifat koreksi.

b. *Coding* (Pengkodean)

Coding adalah pemberian kode-kode pada tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka atau huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada informasi atau data yang akan dianalisis.

c. Tabulasi data

Tabulasi data tentang pengaruh *online customer review*, dan promosi online terhadap keputusan pembelian yang merupakan proses penempatan data berbentuk tabel dengan cara membuat tabel yang berisikan data sesuai dengan kebutuhan analisis (Sugiyono 2007).

2. Analisis Data

Analisis data adalah memperkirakan atau menentukan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari beberapa kejadian terhadap beberapa kejadian lainnya, serta memperkirakan atau meramalkan kejadian lainnya, kejadian bisa dinyatakan sebagai perubahan nilai variabel. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik, yaitu:

a. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Menurut (I. Ghozali 2011), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner dapat atau mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Apabila hasil dari korelasi antar indikator menunjukkan hasil yang signifikan ($< 0,05$) maka masing – masing indikator dinyatakan valid. Adapun kriteria pengujiannya adalah:

- a) H_0 diterima jika r hitung $>$ r tabel, (alat ukur yang digunakan valid).
- b) H_0 ditolak jika r statistik \leq r tabel, (alat ukur yang digunakan tidak valid).

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang

terhadap pernyataan adalah stabil atau konsisten dari waktu ke waktu (I. Ghozali 2011). Sebelum dilakukan uji reliabilitas harus ada dasar dalam pengambilan keputusan, yaitu *alpha* sebesar 0,60. Variabel ini dianggap reliabel jika nilai variabel lebih besar dari $> 0,06$, dan apabila lebih kecil variabel yang diteliti tersebut tidak dapat dikatakan reliabel karena $< 0,60$.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Model regresi akan dikatakan berdistribusi normal apabila data plotting atau titik – titik yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi, variabel bebas dan terikat, keduanya terdistribusi secara normal atau tidak. Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas, namun jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Imam Ghozali 2016).

2) Uji Multikolinearitas

Menurut (Imam Ghozali 2016) tidak terjadi gejala multikolinieritas apabila nilai tolerance $> 0,100$ dan nilai VIF $< 10,00$. Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui hubungan yang sempurna antar variabel independen atau variabel bebas dalam

model regresi. Gejala multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai *Varian Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai tolerance menunjukkan tidak ada variabel yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0.10 dan perhitungan *Varian Inflation Factor* (VIF) menunjukkan tidak ada satu variabel independen yang mempunyai nilai VIF lebih dari 10. Maka dapat disimpulkan model regresi tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas mempunyai tujuan untuk menguji adanya perbedaan variance dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Dapat dikatakan heteroskedastisitas apabila residual mempunyai variance yang tidak sama, tetapi akan dikatakan homoskedastisitas apabila residual mempunyai variance yang sama. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *Glejser* dengan menggunakan cara meregresikan nilai *absolute* residual terhadap variabel bebas atau variabel independen. Apabila nilai probabilitasnya $>$ dari 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Imam Ghozali 2016)

c. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan terhadap model yang memiliki lebih dari satu variabel independen, yang mana untuk

mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pada regresi berganda terdapat lebih dari satu variabel independen atau variabel bebas dan juga terdapat satu variabel dependen atau variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *online customer review*, dan promosi online, sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian. Model dari hubungan keputusan pembelian ini dengan variabel – variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

- Y : Keputusan pembelian (variabel dependen)
- a : Konstanta
- b_1, b_2 : Besaran koefisien regresi dari masing variabel
- X_1 : Variabel *online customer review* (variabel independen)
- X_2 : Variabel promosi online (variabel independen)

d. Uji Hipotesis

Uji hipotesis memiliki tujuan untuk membuktikan kebenaran sifat populasi berdasarkan data sampel. Hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan apakah ada atau tidak adanya pengaruh terhadap variabel bebas atau independen (*online customer*

review, dan promosi online) terhadap variabel terikat atau dependen (keputusan pembelian) baik secara parsial ataupun simultan.

1) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan dari variabel bebas atau variabel independen untuk menjelaskan variabel terikat atau variabel dependen. Koefisien determinasi adalah besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Jika semakin tinggi koefisien determinasi, maka semakin tinggi pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel dependennya.

2) Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidak adanya pengaruh dari masing – masing variabel bebas atau variabel independen secara parsial terhadap variabel terikat atau variabel dependen. Dasar yang digunakan pada pengambilan keputusan untuk uji t yaitu:

- a) Apabila nilai $\text{sig} < 0,05$, atau $t \text{ hitung} > t \text{ table}$ maka terdapat pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y.
- b) Apabila nilai $\text{sig} > 0,05$, atau $t \text{ hitung} < t \text{ table}$ maka tidak terdapat pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y.

3) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas atau variabel independen (*online customer review*, dan promosi online) terhadap variabel terikat atau variabel dependen (keputusan pembelian) secara simultan, jika hubungan antar variabel independen dan variabel dependen menunjukkan hasil yang signifikan maka hubungan tersebut diberlakukan untuk populasi (Suharyanto and Puswanto 2004). Dasar yang digunakan pada pengambilan keputusan untuk uji F antara lain adalah:

- a) Apabila nilai $\text{sig} < 0,05$, atau $F \text{ hitung} > F \text{ table}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
- b) Apabila nilai $\text{sig} > 0,05$, atau $F \text{ hitung} < F \text{ table}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.