

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Setting Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Universitas Islam Negeri Raden Fatah di Jalan Prof. K.H. Zainal Abidin Fikri Palembang, Sumatera Selatan. Penelitian ini menguji dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian Produk Tokopedia pada Mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*), yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dengan cara membagikan kuisioner dan wawancara⁴³. pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang.

⁴³ M. Burham Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm 96

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah jenis data yang diperoleh melalui penyebaran kuisisioner sebagai instrumen penelitian.⁴⁴

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti, yaitu metode atau pendekatan yang dilakukan dalam proses pengumpulan data yang bersifat primer ini dapat menggunakan angket/kuisisioner, wawancara, observasi dan dokumentasi.⁴⁵ Dalam melakukan penelitian ini sumber data primer yang diperoleh langsung dari Mahasiswa FEBI yang Menggunakan aplikasi belanja Online Tokopedia dan pernah berbelanja produk tokopedia.

⁴⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014) Hal. 88

⁴⁵Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif : Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Fajar Interpretama Mandiri, 2015) Hal. 173

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.⁴⁶Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang dari dengan jumlah mahasiswa Ekonomi islam 698 mahasiswa, S1 Perbankan Syariah 1169 Mahasiswa,D3 perbankan Syariah 225 Mahasiswa, dan Mazawa 789 Mahasiswa,dengan jumlah total 2881.

2. Sampel

Penentuan jumlah sampel yang ditentukan penulis berdasarkan perhitungan melalui rumus Menurut Hair et.al (1998)⁴⁷ adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Selanjutnya Hair et.al berpendapat bahwa meskipun

⁴⁶Muhajirin dan Maya Panorama, *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Idea Press, 2017), Hal. 113

⁴⁷Evi Prasmawati, Studi tentang nilai pelanggan positive Words of Mouth pada pengguna Motor Yamaha di Semarang, Tesis, (Semarang: Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Diponegoro, 2010) (tesis diterbitkan)

tidak ada ukuran sampel yang bisa benar-benar menyatakan bahwa ukuran sampel yang sesuai adalah antara 100- 200 sampel.

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

Rumus :

Ukuran Sampel Minimum= jumlah indikator x 5

Ukuran Sampel Maksimum= jumlah indikator x 10

Ukuran Sampel Minimum = $14 \times 5 = 70$ Ukuran Sampel Maksimum = $14 \times 10 = 140$ Jadi sesuai yang telah ditentukan maka jumlah responden Minimum adalah 70 dan maksimum 140. Akan tetapi, pada penelitian ini sampel yang akan digunakan adalah jumlah sampel minimum yakni 70responden dengan perhitungan jumlah indikator sebanyak 14 dikali 5 = 70. Sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 70 Mahasiswa.

1. Penentuan Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini penulisan menggunakan kategori Nonprobability dengan menggunakan metode purposive sampling.

Purposive sampling merupakan teknik Nonprobability sampling yang memilih responden berdasarkan ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian⁴⁸. Yaitu siapa saja yang kebetulan dengan peneliti, dimana responden berasal dari mahasiswa perempuan dan laki-laki yang pernah Belanja Online di Tokopedia pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Raden Fatah Palembang dengan kriteria sebagai berikut

Adapun kriteria tersebut adalah :

- 1) Mempunyai Aplikasi Belanja Online Tokopedia
- 2) Pernah melihat Online Customer Review di Tokopedia
- 3) Pernah berbelanja Di Tokopedia

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik penyebaran kuesioner kepada

⁴⁸ Margono, Op. Cit, hlm. 128

mahasiswa yang menggunakan Aplikasi Tokopedia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Raden Fatah Palembang.

Penelitian ini menggunakan tingkat pengukuran skala likert. Menurut Kinnear dalam Muhamad, Skala likert ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya: setuju, tidak setuju, senang, tidak senang dan baik, tidak baik⁴⁹. Dengan skala likert, maka variabel akan diukur dengan penjabaran indikator. Kuesioner dibuat dengan pertanyaan yang menggunakan skala likert (1-5) yang memiliki tingkat preferensi jawaban masing-masing skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut

1. STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1
2. TS = Tidak Setuju diberi skor 2
3. KS = Kurang Setuju diberi skor 3
4. S = Setuju diberi skor 4
5. SS = Sangat Setuju diberi skor 5

⁴⁹Muhamad, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013) hlm. 154

F. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu:⁵⁰

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Online Customer Rview (X1)* dan *Online Customer Rating (X2)*.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

⁵⁰ *Ibid*, Hal. 63-64

G. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan sebuah uraian tentang batasan variabel yang dimaksud, atau tentang apa yang diukur oleh variabel yang bersangkutan.⁵¹

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1.	Keputusan Pembelian (Y), Menurut J.Nugroho Setiadi, Keputusan membeli yaitu salah satu komponen utama dari perilaku konsumen. Keputusan pembelian konsumen yaitu tahap demi tahap yg digunakan konsumen ketika membeli barang dan jasa.	1. Harga 2. Ulasan Produk 3. Kemudahan 4. Keamanan ⁵²	Skala Likert
2.	<i>Online Customer Review</i> (X1), Menurut Lackermaid,	1. Kesadaran atau <i>Awareness</i> 2. Frekuensi atau <i>Frequency</i> 3. Perbandingan atau <i>Comparison</i>	Skala Likert

⁵¹ W. Gulo, *Metode Penelitian* (Jakarta: Grasindo, 2010), Hal. 144

⁵² Kotler, P., & Armstrong, G.. *Principles of Marketing* (15th ed.) London : Pearson Education(2015).

	G., Kailer, D., & Kanmaz, K <i>Review</i> merupakan bagian dari <i>Electronic Word of Mouth</i> (eWOM), yaitu merupakan pendapat langsung dari seseorang. <i>Review</i> adalah salah satu dari beberapa faktor yang menentukan keputusan pembelian seseorang.	4. Pengaruh atau <i>Effect</i> ⁵³	
3.	<i>Online Customer Rating</i> (X2), menurut Tsang, A. S., & Prendergast, <i>Online rating</i> menjadi salah satu cara calon pembeli untuk mendapatkan informasi tentang penjual, maka adanya <i>rating</i> dalam jual beli online menjadi suatu hal yang logis apabila	<ol style="list-style-type: none"> 1. informasirating dapat dipercaya 2. Percaya kepada ulasan <i>rating</i> yang diberikan konsumen lain 3. Adanya <i>rating</i> merasa profesional dalam menilai produk 4. Informasi <i>rating</i> yang ada bermanfaat 5. Merasa senang mendapat informasirating 6. Merasa tertarik terhadap suatu produk dengan adanyarating⁵⁴ 	Skala Likert

⁵³Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). *Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective. Advances in Economics and Business*, 1(1), 1-5., 2016, from <http://www.hrpub.org/download/201307/aeb.2013.010101.pdf>

⁵⁴Flanagin dan Metzger 2007 dalam jurnal Nana Septi Nur Megawati 2018

	<p>konsumen menganggap bahwa rating menjadi tolak ukur kualitas sebuah produk. <i>Online rating</i> ini memainkan peranan dalam mempengaruhi pembaca terhadap suatu produk.</p>		
--	---	--	--

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber

H. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan ketetapan alat ukur untuk mengukur konsep yang hendak diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner, suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisisioner tersebut.⁵⁵ Uji validitas dapat diukur menggunakan korelasi Pearson (r) koefisien korelasi yang diperoleh setelah uji t hasilnya bermakna, berarti instrumen tersebut valid. Selain dengan korelasi Pearson dapat juga

⁵⁵Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: UNDIP, Cet V, 2011), Hal. 52

menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Nilai loading (λ) yang diperoleh, selanjutnya dapat diuji dengan uji t, jika hasilnya bermakna berarti instrumen yang digunakan adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang menunjukkan sejauh mana kuisisioner penelitian dapat dipercaya maupun diandalkan. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika dapat memberikan hasil relatif sama pada saat dilakukan pengukuran kembali pada objek yang berlainan pada waktu berbeda atau memberikan hasil yang tetap. Uji reabilitas instrumen dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach alpha* pada masing-masing variabel. *Cronbach alpha* dapat digunakan untuk mengetahui reabilitas konsisten atau menguji kekonsistenan responden dalam merespon seluruh item, intsrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel atau handal jika memiliki *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60. Ketidak konsistenan dapat terjadi karena perbedaan pendapat

responden atau kurang pemahamnya responden dalam menjawab item-item pertanyaan.⁵⁶

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Prasyarat

a. Uji Linieritas

Para pemakai statistika sering tidak memperhatikan asumsi atau pancaran titik. Mereka langsung menggunakan rumus-rumus pada analisis regresi linear dan mengambil keputusan sehingga dapat menimbulkan kekeliruan. Dari hal ini, peneliti harus menggunakan uji linieritas. Uji linieritas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak secara signifikan.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen

⁵⁶*Ibid*, Hal 129

mempunyai distribusi normal atau tidak, model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.⁵⁷

Menurut Hadi data dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikan $> 0,05$ dan sebaliknya jika nilai signifikan $< 0,05$ maka dinyatakan tidak normal.

Hipotesis yang dikemukakan:

H_0 = data residual berdistribusi normal (Asymp.sig $> 0,05$)

H_a = data residual tidak berdistribusi normal (Asymp.sig $< 0,05$)

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Uji multikolinearitas ini digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau

⁵⁷ Cholid Norbuto, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), Hal.

mendekati sempurna diantara variabel bebasnya. Konsekuensi adanya multikolinearitas adalah koefisien korelasi tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar. Metode uji multikolinearitas antara lain sebagai berikut :

1. Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2).
2. Dengan melihat nilai tolerance dan inflation factor (VIF) pada model regresi.⁵⁸

d. Uji Heterokedastistitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamayan ke pengamatan lain. Jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Dalam hal ini, model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

⁵⁸Rachmad Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, (Ponorogo: CV. WADE GROUP, 2017), Hal. 116

e. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (explanatory) terhadap satu variabel dependen. Model regresi berganda dalam pernyataan ini dinyatakan sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Dimana:

Y : Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)

β_0 : Koefisien Regresi (Konstanta)

ε : Faktor Error

X₁ : Variabel Bebas *Online Customer Review*

X₂ : Variabel Bebas *Online Customer Rating*

f. Uji Hipotesis

1. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Semakin tinggi nilai

koefisien determinasi (R^2) maka semakin tinggi kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan terhadap variabel dependen.

2. Pengujian secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar dari nilai F menurut tabel maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.⁵⁹

- a. H_0 diterima, bila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau nilai sig $> 0,05$
- b. H_0 diterima, bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai sig $< 0,05$

3. Pengujian secara Parsial (Uji t)

Uji t ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial

⁵⁹Mulyono, *Berprestasi Melalui JEP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), Hal. 113

berpengaruh nyata terhadap variabel dependen. Derajat signifikan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa satu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Uji statistik t ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel dependen. Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ dan $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ dan $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.