

BAB III

METODE PENELITIAN

A. RUANG LINGKUP PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan di kab. Ponorogo. Fokus penelitian ini adalah untuk menganalisa Pengaruh *Social Influence*, *E-trust*, dan *Customer review Online* terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut (V. Wiratna Sujarweni 2014) adalah jenis penelitian yang menggunakan prosedur statistik atau kuantifikasi untuk mencapai penemuan yang dapat diukur. Metode penelitian ini, seperti yang dijelaskan oleh (Sugiyono 2017), didasarkan pada filsafat positivisme dan dilakukan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Data dikumpulkan melalui instrumen penelitian, kemudian dianalisis secara kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. POPULASI DAN SAMPEL

1. Populasi

Sugiyono (2017) mendefinisikan populasi sebagai domain umum yang mencakup subjek atau objek dengan atribut tertentu yang diselidiki oleh peneliti untuk membuat kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari mahasiswa dan siswa SMA di Kabupaten Ponorogo. Ini mencakup individu-individu yang memiliki karakteristik yang relevan untuk tujuan penelitian dan dari mana sampel penelitian diambil untuk analisis lebih lanjut.

2. Sampel

Menurut (Sugiyono 2017), sample adalah representasi dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu yang diselidiki. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, di mana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Penelitian menggunakan metode pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, atau *accidental sampling*, di mana mahasiswa dan pelajar SMA Kabupaten Ponorogo yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti menjadi sampel. Alat ukur yang digunakan adalah SPSS versi 26, yang digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian.

Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan beberapa metode antara lain dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Widiyanto dalam Wibisono, 2011). Apabila populasi jumlahnya tidak diketahui akan digunakan rumus :

$$n = \frac{z^2}{4Moe^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan } 100$$

Keterangan :

N : Jumlah sampel

Z^2 : Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95% = 1.96

Moe : Margin of error, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi, ditentukan sebesar 10% atau 0,1

Dari hasil perhitungan sampel diatas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

C. JENIS DATA DAN METODE PENGUMPULAN DATA

1. Data Primer

Data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber asli di lapangan oleh peneliti untuk menjadi objek penelitian. Penulis menggunakan data primer untuk memperkuat hasil penelitian. Contoh dari data primer ini meliputi data survei, wawancara, observasi langsung, dan eksperimen yang diambil langsung dari situasi yang diteliti.

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam kuesioner ini, pertanyaan-pertanyaan disusun secara sistematis dan dirumuskan dengan cermat untuk mencerminkan rumusan masalah penelitian. Teknik pengukuran menggunakan skala Likert, yang

memungkinkan responden memberikan tanggapan mereka terhadap pernyataan-pernyataan dengan lima alternatif jawaban, dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Sebelumnya, instrumen kuesioner dibuat dengan menjabarkan variabel menjadi sub-variabel yang akan diukur, sebagai panduan untuk menyusun pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner.

Kuesioner ini kemudian disebarkan kepada karyawan atau pegawai dalam instansi atau perusahaan yang menjadi sampel penelitian, sesuai dengan stratifikasi yang telah ditetapkan. Metode ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap fenomena sosial yang menjadi variabel penelitian..

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Ragu-Ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Masing-masing instrument jawaban memiliki nilai (SS: 5), (S: 4), (N: 3), (TS: 2), dan (STS : 1).

2. Data Sekunder

Peneliti menggunakan data sekunder sebagai sumber tambahan untuk meningkatkan kualitas penelitian. Data sekunder merujuk pada informasi yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara, yang telah dihasilkan dan dicatat oleh pihak lain sebelumnya. Penulis memanfaatkan data sekunder untuk mendukung atau melengkapi temuan

yang ditemukan selama penelitian, memperkaya analisis, dan memberikan konteks yang lebih luas terhadap topik yang diteliti. Adapun data sekunder yang dapat digunakan oleh penulis sebagai berikut :

Studi Kepustakawan

Kepustakawan (Library Research) adalah penelitian yang keseluruhan datanya diambil dari kepustakawan (buku, dokumen, artikel, jurnal, internet, dll)

D. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 (dua) jenis diantaranya :

1. Variabel Independen (X)

Menurut (Sugiyono 2015) “variable bebas” yaitu “variable mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependent (terkait)” Pada penelitian ini adalah *Social Influence (X1)*, *E-Trust (X2)*, *Customer Review Online (X3)*

1) *Social Influence (X1)*

Social Influence merupakan aspek yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce*, Sangadji dan Sopiah (2016:75) menyatakan terdapat 4 indikator social influence sebagai berikut:

- a) *Rule*, adalah peraturan/kebiasaan dalam kelompok sosial konsumen atau calon pembeli.
- b) *Family*, adalah pengaruh keluarga dari konsumen.
- c) *Reference*, adalah kelompok yang menjadi panutan dan referensi dari konsumen.

d) *Culture* / personal culture, adalah kelas sosial dan budaya yang dianut oleh

2) *E-Trust* (X2)

E-trust merupakan aspek yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada e-commerce, *E-Trust* konsumen, menurut Crosby et al. (dalam Martinez dan Bosque, 2013), adalah keyakinan bahwa penyedia produk atau jasa dapat dipercaya untuk memenuhi kepentingan jangka panjang konsumen. menurut (Kotler & Keller(2016) dan (Imam & Wibowo, 2020) memiliki 4 indikator, yaitu:

- a) *Benevolence* (kesungguhan). *Benevolence* yaitu kepercayaan konsumen kepada penjual untuk berperilaku baik.
- b) *Ability* (Kemampuan) *Ability* yaitu evaluasi atas sesuatu yang bisa dikerjakan oleh penjual, yakni bagaimana penjual dapat meyakinkan pembeli dalam memberi jaminan keamanan dan kepuasan pada saat transaksi.
- c) *Integrity* (integritas) *Integrity* yaitu seberapa kuat keyakinan seseorang konsumen akan kejujuran penjual dalam menjaga dan memenuhi kesepakatan yang sudah dibuat. 23
- d) *Willingness to depend* (Kesediaan untuk bergantung) *Willingness to depend* adalah konsumen bersedia untuk berharap pada penjual dalam menerima risiko atau konsekuensi negatif yang mungkin dapat terjadi.

3) *Customer Review Online* (X3)

Customer review online merupakan aspek yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce*, Menurut Mo et al. (2015), *Customer Review online* adalah ulasan produk oleh konsumen yang menyajikan informasi evaluasi dan pengalaman pembelian, memengaruhi keputusan pembelian pada *e-commerce*. terdapat 5 indikator yang berpengaruh:

- a) *Perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan), konsumen menyadari manfaat ulasan setelah membaca dan menganalisisnya (Auliya et al., 2017; Agustina et al., 2018).
- b) *Source credibility* (kredibilitas sumber), kualitas informasi dalam ulasan memengaruhi persepsi keahlian dan kredibilitas sumber (Sutanto & Aprianingsih, 2016; Cheung & Thadani, 2012).
- c) *Argument quality* (kualitas argumen), kemampuan persuasif dari argumen dalam ulasan diukur (Cheung et al., 2008).
- d) *Valence* (valensi), Pengaruh valensi ulasan terhadap keputusan pembelian konsumen dan sikap terhadap produk dijelaskan (Moe & Trusov, 2011; Park & Lee, 2008).
- e) *Volume of review* (jumlah ulasan), volume ulasan mencerminkan popularitas produk dan kinerjanya di pasaran (Zhao dalam Melati & Dwijayanti, 2020; Chevalier & Mayzlin, 2006).

2. **Variable Dependen (Y)**

Menurut (Sugiyono 2010) “variable terikat atau variable dependent” yaitu “variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya

variable bebas” pada penelitian ini variable depeden adalah keputusan Pembelian yang berpengaruh pada variable bebas yang mempunyai 4 indikator yang mempengaruhi :

- a. Pengenalan kebutuhan (*need recognition*), yaitu tahap di mana pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan yang perlu dipenuhi. Ini dipengaruhi oleh pengetahuan mereka tentang produk dan melibatkan pertimbangan di mana dan kapan produk tersebut diperlukan.
- b. Pencarian informasi (*information research*), yaitu ketika pembeli mulai mencari informasi lebih lanjut tentang produk yang menarik minat mereka. Jika minatnya kuat dan produk tersedia, pembelian mungkin terjadi; jika tidak, pembeli mungkin menunda atau mencari informasi lebih lanjut.
- c. Evaluasi berbagai alternatif (*alternative evaluation*), yaitu melibatkan proses penilaian pembeli terhadap merek atau produk yang tersedia, dengan menggunakan informasi yang telah dikumpulkan sebelumnya.
- d. Keputusan pembelian (*purchase decision*), tahap di mana pembeli benar melakukan pembelian produk dipilih berdasarkan evaluasi sebelumnya.

E. METODE ANALISIS DATA

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 26. Penelitian ini menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dalam kerangka penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang tepat tentang sifat-sifat individu, gejala, atau kelompok tertentu.

Pendekatan deskriptif ini digunakan untuk menjelaskan dan menggali hubungan antar variabel dengan menggunakan data responden. Sementara itu, pendekatan kuantitatif menekankan pengukuran variabel penelitian dengan angka dan menganalisis data menggunakan prosedur statistik untuk menguji teori, mengevaluasi hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, serta menaksir dan meramalkan hasil penelitian.

1. Uji Instrumen

Uji instrumen menurut (Sugiyono 2017) merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu fenomena yang diamati. Penelitian ini menggunakan beberapa uji instrumen yaitu sebagai berikut :

a. Uji Validitas

Menurut Arikunto (2013) Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Rumus yang digunakan untuk mengukur validitas.

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

Keterangan :

r = koefisien korelasi

n = Jumlah dari Responden

x = Skor Pertanyaan

y = Total Skor

Dasar pengambilan keputusan dengan taraf signifikan 5% :

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data pernyataan atau pertanyaan dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka data pernyataan atau pertanyaan dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Arkunto 2013) Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan hasil instrument cukup dapat dipercaya atau dikatakan andal. Rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas

$$a = \frac{k \cdot r}{1 + (r - 1)k}$$

Keterangan :

a = koefisien reliabilitas

k = jumlah item per variabel x

r = mean korelasi antar item

2. Uji Asumsi Klasik

Menurut (Purnomo 2017), uji asumsi klasik berguna untuk menilai apakah model regresi linier memenuhi beberapa asumsi penting, seperti normalitas residual, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastis. Sebuah model regresi linier dianggap baik jika memenuhi asumsi-asumsi tersebut, termasuk distribusi normal dari residual data, ketiadaan multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastis. Pemenuhan asumsi klasik tersebut penting karena dapat menghasilkan estimasi parameter regresi yang

tidak bias dan pengujian yang dapat diandalkan terhadap hubungan antara variabel-variabel dalam model. Ketidakpemuenuhan salah satu asumsi klasik dapat mengakibatkan estimasi yang bias, sehingga hasil analisis regresi tidak dapat dianggap sebagai Estimator Linier Terbaik Tanpa Bias (BLUE).

Uji asumsi klasik merupakan langkah penting dalam analisis regresi karena membantu memastikan validitas model regresi linier. Setiap pelanggaran terhadap asumsi-asumsi klasik tersebut dapat menghasilkan kesimpulan yang keliru atau estimasi parameter yang tidak dapat dipercaya. Oleh karena itu, peneliti harus memperhatikan setiap asumsi klasik saat melakukan analisis regresi untuk memastikan bahwa hasilnya dapat diandalkan dan sesuai dengan tujuan penelitian

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Diperkirakan hanya untuk perbandingan dengan dua model regresi biner lainnya. Diketahui model probabilitas ini memiliki keterbatasan karena hasilnya bisa lebih besar dari satu atau kurang dari nol, sehingga tidak mungkin terjadi (Wooldridge, 2010) adalah :

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

Keterangan :

Y1 : Keputusan Pembelian

b1 : Koefisien Regresi X1

b2 : Koefisien Regresi X2

b3 : Koefisien Regresi X3

X_1 : *Social Influence*

X_2 : *E-trust*

X_3 : *Cutomer Review Online*

e : Variabel Pengganggu

4. Koefisien Determinasi

Menurut (Ghozali 2012), koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik model regresi mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1. Ketika nilai R^2 mendekati 0, hal itu menunjukkan bahwa variabel independen dalam model hanya sedikit menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Sebaliknya, ketika nilai R^2 mendekati 1, itu menunjukkan bahwa variabel independen dalam model mampu menjelaskan hampir seluruh variasi yang terjadi pada variabel dependen, atau dengan kata lain, model tersebut memiliki kemampuan prediktif yang sangat baik.

Koefisien determinasi (R^2) merupakan indikator penting dalam analisis regresi karena memberikan gambaran tentang seberapa besar variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin baik model regresi dalam menjelaskan variasi yang diamati dalam data. Oleh karena itu, peneliti sering menggunakan koefisien determinasi sebagai salah satu kriteria untuk mengevaluasi kualitas model regresi dan kemampuannya dalam melakukan prediksi.

Rumus yang digunakan menurut Sugiyono (2011).

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

Kd : Nilai koefisien determinasi

R : Koefisien produk moment

100% : Pengali yang menyatakan presentasi

5. Uji Hipotesis

Sugiono (2017) menjelaskan bahwa hipotesis merupakan jawaban awal terhadap pertanyaan penelitian, yang disusun berdasarkan teori yang relevan namun belum didasarkan pada data empiris. Hipotesis memberikan arah untuk penelitian dan menjadi dasar bagi pengujian lebih lanjut terhadap fenomena yang diteliti. Dengan merumuskan hipotesis, peneliti mencoba untuk mengaitkan konsep-konsep dalam teori dengan realitas yang diamati, sehingga memungkinkan untuk menguji kebenaran atau kevalidan teori tersebut dalam konteks spesifik penelitian. Adapun uji hipotesis meliputi :

a. Uji T (Parsial)

Menurut (Ghozali 2011), hipotesis parsial digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dalam suatu penelitian. Dalam konteks ini, tingkat signifikansi yang umumnya digunakan adalah 5%. Ketika nilai probabilitas signifikansi lebih besar dari 5%, maka hipotesis nol (H_0) ditolak, menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan dependen. Sebaliknya, jika nilai probabilitas signifikansi kurang dari 5%, H_0 diterima, yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan dependen.

Hal ini mengindikasikan bahwa hipotesis parsial memungkinkan peneliti untuk menilai kontribusi masing-masing variabel independen secara terpisah terhadap variabel dependen dalam suatu analisis statistik. Rumus hitung menurut (Ghozali 2011) :

$$\frac{b}{sb}$$

Keterangan :

b = Koefisien regresi

sb = standart eror

Pengambilan Keputusan :

Jika t hitung > t tabel maka H0 diterima

Jika t hitung < t tabel maka H0 ditolak

b. Uji F (Simultan)

Hipotesis Simultan, menurut (Santoso 2014), digunakan untuk mengevaluasi tingkat signifikansi dan pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen dalam sebuah penelitian. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menilai kontribusi gabungan dari semua variabel independen terhadap variabel dependen dalam analisis statistik yang komprehensif.

Pengambilan Keputusan :

- Jika F hitung > F tabel maka H0 ditolak Ha diterima
- Jika F hitung < F tabel maka H0 diterima Ha ditolak. (Aji Utomo, 2020)