

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini adalah berfokus pengaruh *review product*, *rating store* dan *e-serqual* terhadap keputusan pembelian *online* pada Generasi Z (pengguna *marketplace* shopee di Kota Ponorogo). Subjek pada penelitian ini adalah konsumen pengguna *marketplace* shopee yang lahir pada tahun 1995-2010 atau berusia 14 sampai 29 tahun pada tahun 2024 dan bertempat tinggal di kota Ponorogo. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang mampu menghasilkan penemuan yang dapat dicapai dengan prosedur statistik (A & Puspitaningtyas, 2016).

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Ferdinand (2014, p.171) menyatakan bahwa populasi merupakan gabungan dari faktor-faktor yang bisa membentuk peristiwa ataupun orang sehingga akan menjadi sebuah karakteristik dari jenis yang sama dan menjadi fokus perhatian dalam suatu penelitian. Pada penelitian ini populasinya adalah pengguna *marketplace* shopee yang terlahir pada tahun 1995-2010 atau berusia 14-29 tahun pada tahun 2024 di kota Ponorogo yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian jumlah dan juga karakteristik yang terdapat pada populasi (Sugiyono 2016:118). Sampel menjadi sebagian dari populasi yang akan dijadikan sumber data dalam penelitian, dimana populasi tersebut adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2017:81). Agar sampel menjadi bagian dari populasi, maka pengambilan sampel pun harus menggunakan sebuah metode.

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Non probability sampling*, yaitu pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi sampel, dalam penelitian ini sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling* yang mana menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh bisa lebih *representative* (Sugiyono, 2016:85).

Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus sampel representatif menurut hair (1995) yaitu, jumlah indikator dikali skala 5 sampai skala 10. jumlah sampel dalam penelitian ini ialah :

$$\begin{aligned}\text{Jumlah sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 7 \\ &= 18 \times 7 = 126\end{aligned}$$

berdasarkan perhitungan diatas didapat 126 sampel responden.

3.3 Metode Pengambilan Data

Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder yang dikumpulkan melalui tinjauan literatur, jurnal maupun artikel, dan data primer melalui penyebaran kuisioner *google form* kepada responden, pengumpulan data yang dilakukan ialah dengan cara responden akan mengisi pernyataan-pernyataan yang telah dibuat oleh peneliti, pernyataan tersebut berupa penjabaran variabel menjadi indikator yang akan diukur menggunakan skala likert dari satu sampai lima yang menyatakan bahwa sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), sangat tidak setuju (1).

3.4 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

NO	VARIABEL	DEFINISI OPERASIONAL	INDIKATOR
1	Variabel bebas : <i>Review Product</i> (X ₁)	Penilaian atau komentar yang diberikan konsumen terhadap baik atau buruknya penerimaan suatu produk atau jasa pada saat membeli suatu produk atau jasa tersebut (Aziz, 2022).	Lackermair et al. (2013),: 1) Kesadaran 2) Frekuensi 3) Perbandingan 4) Pengaruh
2	<i>Rating Store</i> (X ₂)	Bagian dari eWOM sebagai bentuk penelitian konsumen yang menggunakan simbol bintang. Skala penelitian dimulai dari rating satu bintang yang mencerminkan tingkat kepuasan terendah, hingga rating lima bintang yang menunjukkan tingkat kepuasan atau	1. <i>Perceived usefulness</i> 2. <i>Perceived enjoyment</i> 3. <i>Perceive Control</i> (Lackermair et al., 2013)

		kualitas yang sangat baik (Lackermair et al., 2013).	
3	<i>E-Serqual</i> (X_3)	Kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian dan distribusi secara efektif dan efisien (Lee, 2005).	1) <i>Web Design</i> 2) Reliabilitas (<i>reliability</i>) 3) Daya Tanggap 4) Kepercayaan 5) Personalisasi (Lee, 2005)
4	Variabel terikat : Keputusan Pembelian (Y)	Proses di mana pembeli mengidentifikasi masalah mereka, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, dan menilai seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat menyelesaikan masalah mereka sebelum membuat keputusan pembelian Tjiptono (2014:21).	1) Pemilihan produk 2) Pemilihan merek 3) Pemilihan penyalur 4) Pemilihan waktu pembelian 5) Jumlah pembelian 6) Metode pembayaran Kotler & Keller (2012).

3.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis *software SmartPls 3.0* . metode *Partial Least Square (PLS)* bertujuan untuk memprediksi hubungan antar konstruk serta mendukung peneliti dalam memperoleh nilai variabel laten dalam penelitian. Metode PLS mencakup berbagai teknik analisis yang akan diaplikasikan, diantaranya :

1. Analisa Outer Model

Analisa *outer model* digunakan untuk memastikan bahwa faktor-faktor yang digunakan sesuai untuk pengukuran yang valid. Model ini menggambarkan hubungan antar variabel laten dengan indikator pengukuran dalam variabel yang ada. *Outer model* menggambarkan hubungan antara variabel laten dengan indikatornya (Ghozali, 2016). Analisis model pengukuran *Outer Model* sebagai berikut :

a) **Convergent Validity**

Convergent Validity pada *outer loadings* digunakan untuk mengukur dan melihat korelasi antara pernyataan terhadap indikator penelitian, dengan kriteria besarnya nilai *loading factor* >0.7 (Ghozali, 2016).

b) **Discriminant Validity**

Pengujian *discriminant validity* dapat dinilai berdasarkan *fornell-lacker criterion*, merupakan sebuah metode yang digunakan untuk menilai validitas diskriminan pada jalur struktural SEM (*Structural Equation Modelling*) (Ghozali, 2016). Validitas diskriminan memastikan bahwa setiap konstruk yang diukur dalam model ini benar-benar berbeda dari konstruk lainnya. Menurut kriteria *Fornell-Larcker*, validitas diskriminan dianggap terpenuhi jika akar kuadrat dari

AVE (Average Variance Extracted) dari suatu konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya (Sekaran & Bougie, 2016).

c) Composite Reliability

Composite Reliability merupakan ukuran yang digunakan untuk mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu variabel. Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk (Chin, 1998). Jika nilai reliabilitasnya lebih dari 0.70, maka variabel tersebut dianggap reliabel (Hair, et al. 2014)

d) Cronbach's Alpha

Nilai *cronbach's alpha* merupakan pengukuran yang digunakan untuk mengukur batas bawah nilai reliabilitas atau konsistensi internal dari sekumpulan indikator yang membentuk suatu konstruk. nilai *cronbach's alpha* sebesar >0.7 dianggap menunjukkan tingkat reliabilitas yang memadai untuk instrumen pengukuran (Chin, 1998).

2. Analisa Inner Model

Inner model merupakan bagian dari analisis *Partial Least Square (PLS)* yang digunakan untuk memprediksi hubungan sebab akibat antar variabel independen terhadap variabel dependen yang tidak dapat diukur secara langsung. Analisa

inner model menggunakan pengujian *r square* yang digunakan untuk mengetahui pengaruh ke variabel dependen. Semakin tinggi nilai *r square*, maka semakin tinggi pula prediksi hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini (Chin, 1998). Dalam konteks ini, *inner model* membantu dalam memahami dan menguji hubungan antar variabel independen ke dependen, mengidentifikasi jalur pengaruh langsung dan tidak langsung, serta menilai kekuatan arah hubungan tersebut.

3. Uji Hipotesis (Uji T)

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hubungan structural antar variabel harus dilakukan pengujian hipotesis melalui *path coefficient* dengan cara membandingkan nilai dari *p-values* dengan nilai *t-statistic*. *Path coefficient* digunakan untuk mengetahui arah positif atau negatif pada suatu hipotesis dalam variabel penelitian. Jika nilai *p-values* < 0.05 dan *t-statistic* > 1.96 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan. Namun, apabila diketahui nilai *p-values* > 0.05 dan *t-statistic* < 1.96 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan (Ghozali, 2016).