

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang kesimpulan dari pengambilan data berupa deskripsi yang menggambarkan hasil dari penghitungan angka secara statistik.¹ Pada penelitian ini peneliti berusaha mendapatkan data yang valid untuk membuktikan suatu teori yang ada secara kuantitatif guna untuk memcagkan dan mengantisipasi masalah yang timbul dalam suatu bidang tertentu.²

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara harga produk dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian melalui Shopee. Oleh karena itu, penelitian ini memprediksi signifikansi pengaruh satu variabel prediktor atau independen terhadap satu atau lebih variabel terikat untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional antara variabel bebas X yakni harga (X1) dan *online customer review* (X3) terhadap variabel terikat Y yakni keputusan pembelian.

B. Lokasi Penelitian

Untuk memenuhi prosedur penelitian, lokasi penelitian adalah Prodi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri yang berlokasi Jl. Sunan Ampel No.7 Ngronggo Kediri 64127.

¹Ridwan dan Tita Lestari, *Dasar-dasar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 1999), 2.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2004), 12.

C. Populasi dan Sampel

Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian berperan sangat penting. Hal tersebut dikarenakan setiap data yang diamati atau diperoleh bersumber dari subjek penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, subjek penelitian dapat ditentukan dengan cara menentukan populasi dan sampel penelitian.³

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah total keseluruhan dari cakupan objek penelitian. Menurut Sugiyono, populasi penelitian mencerminkan cakupan wilayah umum yang terdiri atas objek penelitian atau subjek penelitian yang memiliki ciri karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian diamati dan dipelajari sehingga terbentuk kesimpulan berdasarkan perilaku atau hubungan yang ditunjukkan oleh subjek atau objek tersebut.⁴ Dalam penelitian ini, populasi penelitian adalah mahasiswa semester enam prodi Ekonomi Syariah. Sesuai dengan hasil respons responden pada pra-penelitian (*preliminary research*), maka jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 267.

2. Penentuan Sampel

Dalam penelitian, besarnya jumlah sampel dapat ditentukan dengan menggunakan pedoman penentuan sampel. Dalam pengambilan sampel didasarkan kepada mahasiswa yang memilih aplikasi *Shopee* seperti pada tahap pra-penelitian. Terdapat 32% dari populasi yang memilih aplikasi

³ Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D)," in *Metodelogi Penelitian*, 2017.

⁴ Sugiyono.

Shopee, sehingga terhitung 85 sampel. Jadi peneliti mengambil sampel mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah semester 6. Dalam mencari 85 responden tersebut, peneliti menggunakan teknik sampling. Dalam penelitian ini model teknik *probability sampling* digunakan untuk menentukan. Teknik *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara acak sehingga memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota dari populasi yang telah ditentukan untuk menjadi target sampel. Kemudian teknik yang dipakai oleh peneliti adalah teknik *simple random sampling* yaitu dengan mengambil sampel secara acak tanpa memperhatikan strata atau perbedaan lain yang ada dalam populasi akan tetapi tetap mencerminkan populasi secara keseluruhan.

D. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang diduga mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.⁵ Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah: Harga (x1) dan *online consumer review* (x2).

a. Harga (X1)

Harga merujuk kepada sejumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non- moneter) yang berfungsi sebagai penentu besaran uang yang diberikan untuk memperoleh dan menikmati sebuah

⁵Safuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 62.

produk atau layanan jasa.⁶ Berikut adalah indikator variabel harga yang digunakan dalam penelitian:

Tabel 3.1

Indikator Penelitian Variabel Harga

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Variabel
Harga (X1)	Keterjangkauan Harga	Kemampuan beli konsumen untuk membeli atau menikmati jasa yang ditawarkan.
	Persaingan Harga	Penawaran harga terjadi pada satu jenis produk yang sama yang diberikan oleh produsen/penjual berbeda dan bersaing saling satu sama lain.
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas	Penyesuaian kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen terhadap harga yang dibayarkan.
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Penyesuaian harga dari produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan manfaat atau porsi yang dapat diperoleh konsumen.

⁶ Tjiptono, *Strategi Pemasaran*.

Sumber indikator: Shartykarini, Riza Firdaus, and Rusniati dalam penelitian “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pengunjung Cafe Di Banjarbaru),” 2016.

b. *Online Consumer Review*

Online customer review berperan sebagai alat bantu bagi konsumen yang memperkuat atau memperlemah keputusan pembelian, daya beli, dan rekomendasi pada aplikasi belanja *online*.⁷

Berikut adalah indikator dari variable *online consumer review*:

Tabel 3.2

Indikator Penelitian Variabel *Online Consumer Review*

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Variabel
<i>Online Customer Review (X)</i>	Kesadaran	Tingkat kesadaran konsumen terkait keberadaan fitur <i>consumer reviews</i> yang ada pada sebuah aplikasi belanja <i>online</i>
	Frekuensi	Tingkat keseringan seorang konsumen dalam menggunakan fitur <i>consumer reviews</i> di sebuah aplikasi belanja sebagai sumber informasi

⁷ Febriana and Yulianto, “Pengaruh Online Consumer Review oleh Beauty Vlogger terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2014/2015 dan 2015/2016 yang Membeli dan Menggunakan Purbasari Matte Lipstick),” 4.

	Perbandingan	Kebiasaan calon konsumen yang mana sebelum membeli atau memutuskan membeli suatu produk,
	Pengaruh	Besarnya dampak fitur <i>OCR</i> terhadap keputusan pembelian.

Sumber: Penelitian oleh Georg Lackermair, D Kailer, and Kenan Kanmaz, “Importance of Online Product Reviews from a Consumer’s Perspective” tahun 2013.

2. Variabel Bebas (Y)

Variabel dependen atau biasa disebut dengan variabel erikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.⁸ Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar melakukan suatu pembelian. Pengambilan keputusan dapat pula diartikan sebagai suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.⁹ Berikut adalah indikator penelitian keputusan pembelian:

Tabel 3.3

Indikator Penelitian Variabel Y

⁸Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3* (Jakarta:Salemba Empat, 2013), 178.

⁹Kotler dan Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Ke 9 Jilid 1* (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2003), 227.

Variabel	Indikator	Deskripsi
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Kebutuhan	Kesadaran kebutuhan akan produk
	Pencarian Informasi	Pencarian informasi produk dari orang lain
	Evaluasi Alternatif	Membandingkan produk dengan produk kompetitor
	Keputusan Pembelian	Melakukan pembelian terhadap produk
	Perilaku Pasca Pembelian	Perilaku kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk

Sumber: Menurut Kotler dan Keller dalam skripsi Lisna Ingtifa'ul

Khasanah(2019).

E. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden penelitian dengan menggunakan alat pengukuran berupa kuisioner atau angket.¹⁰ Data primer diperoleh dengan pengisian kuisioner oleh responden yang

¹⁰Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 33.

kemudian diperoleh hasil berupa beberapa pernyataan mengenai variabel X (Harga dan *Online Consumer Review*) dan Y (keputusan pembelian).

F. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mendapatkan data yang diinginkan adalah sebagai berikut:

1. Angket (Kuisoner)

Metode angket (kuisoner) adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pertanyaan.¹¹ Berfungsi untuk memperoleh jawaban dari pertanyaan yang telah disediakan kepada responden yang sudah tertera alternatif jawaban.

Dalam metode ini peneliti menggunakan angket terstruktur (*structure cuestionnaire*) yaitu jawaban yang diajukan sudah disediakan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari angket berupa:

1. Angket tentang variabel (X1) harga.
2. Angket mengenai variabel (X2) *online consumer review*.
3. Angket mengenai variabel (Y) keputusan pembelian

Sesuai dengan poin-poin diatas, responden akan mengisi empat angket terkait variabel penelitian. Untuk mempermudah pengisian angket, peneliti akan mengemas angket yang digunakan dalam penelitian dalam bentuk online. Sehingga responden cukup mengisi angket yang disediakan melalui *Google Form*.

¹¹Limas Dodi, *Metodologi Penelitian Science Methods; Metode Tradisional dan Natural Setting, Berikut Tehnik Penulisannya* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 59.

G. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, tahapan analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data diterima dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.¹² Analisis data dilakukan apabila data-data yang diperlukan telah terkumpul dan selanjutnya data tersebut digunakan untuk menarik kesimpulan yang obyektif dan logis. Analisis penelitian ini yang dilakukan untuk mengetahui jawaban dari hipotesis penelitian. Sesuai dengan tujuan penelitian, maka peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menjawab rumusan masalah.

1. Analisi Regresi Linear

Analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh dari beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Secara umum persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots$$

Keterangan:

Y = Variabel kriterium (variabel keputusan pembelian konsumen)

X = Variabel predictor (variabel persepsi)

a = Konstanta

b = Koefisien arah regresi linier

2. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji T)

¹² Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D)."

Uji T digunakan untuk melakukan pengujian koefisien regresi secara sendiri-sendiri. Uji T digunakan untuk menguji signifikansi nilai parameter hasil regresi. Uji T dilakukan dengan membandingkan nilai T_{hitung} dengan nilai kritisnya (T_{tabel}). Adapun kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a) $T_{hitung} \leq T_{tabel} - T_{hitung} \geq -T_{total} = H_0$ diterima
- b) $T_{hitung} \geq T_{tabel} - T_{hitung} \leq -T_{total} = H_0$ ditolak

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (R) yang menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Secara umum, R^2 merupakan angka kuadrat korelasi (*correlation square index*) antara variabel yang digunakan sebagai pemberi pengaruh (*predictor*) dan variabel yang menunjukkan akibat (*response*). Koefisien determinasi (R^2) dalam sebuah penghitungan regresi biasanya dijadikan alat untuk menunjukkan besarnya pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara statistic (Abdurrahman, 2011). Berikut ini adalah tabel koefisien determinasi:

Tabel 3.4
Nilai Koefisien Determinasi

NO.	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	0,00 – 0,199	Sangat Lemah
2	0,20 – 0,399	Lemah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Koefisien Korelasi dalam Priyatno (2018)

Kemudian, setelah analisis regresi dilakukan dan diketahui hasil dari pengujian, perlu dilakukan beberapa uji untuk mengestimasi fungsi regresi. Terdapat beberapa uji yang harus dilakukan agar fungsi regresi bersifat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator* Duwi Priyatno, *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa Dan Umum* (Yogyakarta: andi, 2018); Imam Machali, *Statistik Itu Mudah* (yogyakarta: lembaga ladang kata, 2015).). BLUE merupakan penentu apakah fungsi regresi menghasilkan error yang kecil, sesuai dengan kaidah OLS atau nilai linear dan pangkat variabel-variabelnya paling tinggi, nilai yang diharapkan sama dengan nilai yang sebenarnya, dan model regresi yang terbentuk memiliki variasi yang minimal dari estimator-estimator lainnya. Uji tersebut dinamakan Uji Asumsi Klasik yang digunakan sebagai dasar prasyarat untuk dapat melakukan uji regresi. Dalam uji asumsi klasik regresi sederhana terdapat tiga buah uji dasar yang perlu dipenuhi agar uji regresi dapat dilakukan. Uji-uji tersebut yaitu, uji normalitas residual, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi.

a) Uji Normalitas Residual

Uji normalitas Residual digunakan untuk mengetahui penyebaran data residual yang digunakan dalam penelitian. Ketentuan suatu distribusi data diasumsikan memiliki sebaran data yang normal jika hasil dari nilai signifikansi lebih dari 0.05.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan sebagai salah satu syarat analisis regresi ganda. Untuk menguji ada tidaknya multikolinieritas, dilakukan dengan menyelidiki besarnya inter-korelasi antar variabel independen. Model regresi yang bebas multikolinieritas memiliki nilai VIF di bawah 10,0 dan nilai – nilai tolerance di atas 0,10.

c) Uji heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas. Yaitu terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan yang lain (Sujarweni, 2008). Cara untuk memprediksi ada tidaknya Heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*, regresi yang tidak terjadi Heterokedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar diatas, dibawah atau disekitar 0
- 2) Titik-titik data mengumpul hanya diatas atau dibawah saja
- 3) Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak terpola.

d) Uji Autokorelasi

Model regresi yang baik adalah regresi yang tidak terjadi masalah autokorelasi atau nilai residual tidak berkorelasi dengan nilai residual sebelumnya pada periode pengujian sebelumnya. Uji

autokorelasi dilakukan dengan metode uji durbin-watson dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima atau tidak terjadi auto korelasi
- 2) $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak atau terjadi autokorelasi
- 3) $DL < DW < DU$ atau $4 - DU < DW < 4 - DL$ artinya tidak ada kepastian yang pasti.