

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Amruddin *et al.* (2022, hal. 3-17) penelitian kuantitatif dapat dijelaskan sebagai suatu pendekatan yang berlandaskan pada prinsip-prinsip ilmiah yang kongkret, berbasis data empiris, terorganisir, serta dilakukan secara rasional dan terstruktur. Oleh karena itu, untuk menguji hipotesis tersebut, diperlukan sebuah alat pengumpulan data yang disebut instrumen penelitian. Data yang terkumpul akan dianalisis secara statistik dan disajikan dalam bentuk intrestasi hasil. Proses penelitian kuantitatif ini dimulai dari deduksi hingga pengembangan jalur utama. Dengan kata lain, teori-teori yang ada akan menghasilkan teori-teori baru. Proses ini terjadi karena penelitian mencakup pengumpulan teori, perumusan hipotesis, observasi, dan pada akhirnya menghasilkan teori yang baru.

3.2 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2020), objek penelitian merujuk pada individu, barang, atau perilaku yang dipilih oleh peneliti untuk dianalisis dengan tujuan menarik Kesimpulan. Dengan demikian, pengaruh E-WOM, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Glad 2 Glow menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

3.3 Populasi dan Sempel

Populasi dalam penelitian ini merujuk pada kelompok orang, objek, atau konsep yang lebih luas yang menjadi perhatian utama dalam studi tersebut. Ini terdiri dari individu, item, dan komponen lain dengan kualitas tertentu yang berkaitan dengan penelitian. Populasi menggambarkan kualitas unik suatu kelompok serta kuantitas individu dan item yang dimiliki kelompok tersebut (Amruddin *et al.*, 2022).

3.3.1 Populasi

Dalam penelitian istilah populasi mengacu pada kelompok yang lebih besar yang terdiri dari subjek penelitian, seperti orang, benda, atau gagasan. Terdiri dari individu atau komponen lain dengan ciri-ciri tertentu yang berkaitan dengan penelitian. Selain itu, suatu populasi tidak hanya terdiri dari kuantitas item yang ada tetapi juga atribut spesifik dan atribut yang terkait dengan elemen tersebut (Amruddin et al., 2022). Pengguna aplikasi *e-commerce* Shopee yang pernah membeli barang Glad 2 Glow di wilayah Jakarta Barat merupakan demografi penelitian ini. Populasi penelitian merupakan jenis populasi tak terhingga dan tidak diketahui berapa jumlah Masyarakat yang memanfaatkan aplikasi *e-commerce* Shopee di wilayah Jakarta Barat.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi. Untuk mencerminkan seluruh populasi, hal ini diperlukan. Desain pengambilan sampel yang sesuai harus mempertimbangkan karakteristik populasi agar dapat mengurangi kesalahan pengambilan sampel (Hair Jr, 2020). Persamaan Hair digunakan untuk menentukan besarnya sampel karena besarnya populasi belum diketahui secara pasti. Menurut Hair Jr, (2020) diperlukan setidaknya lima hingga 10 kali banyak sampel dari indikator. $n = \text{jumlah seluruh indikator} \times (5 - 10)$.

Penelitian ini menerapkan teknik *non-probability sampling* dengan melibatkan 155 partisipan sebagai sampel. *Purposive sampling* adalah metode pemilihan sampel yang didasarkan pada pertimbangan dari peneliti (Sugiyono, 2020). Setiap orang dalam populasi memiliki kemungkinan unik untuk terpilih sebagai sampel berkat teknik ini. Secara *purposive*, sampel dipilih karena dianggap mempunyai ciri-ciri yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Oleh karena itu, responden yang terpilih memenuhi kriteria atau karakteristik yang dibutuhkan dalam studi ini, sehingga data yang diperoleh diharapkan lebih menggambarkan fenomena yang sedang diteliti. Berikut adalah karakteristik responden yang digunakan dalam prosedur pengambilan sampel penelitian:

1. Individu yang bertempat tinggal di Wilayah Jakarta Barat.
2. Individu yang pernah membeli produk Glad 2 Glow di *e-commerce* yaitu Shoope.
3. Orang yang memakai aplikasi Shoopee.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Tahap krusial dalam penelitian ini adalah proses pengumpulan data. Data dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari sumbernya melalui teknik seperti kuesioner, wawancara, dan obeservasi. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan secara tidak langsung dai sumber-sumber primer melalui metode seperti dokumentasi dan tinjauan pustaka, termaksud dokumen dan laporan. Kombinasi data primer dan sekunder biasanya digunakan untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap (Hardani et al., 2020). Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui google form *online* . Menurut Hardani et al. (2020),

Pengumpulan kuesioner ini termasuk kategori berbasis web karena perkembangan zaman yang semakin maju, sehingga penelitian berbasis internet semakin banyak diterapkan. Hal ini disebabkan oleh keyakinan bahwa pengumpulan data melalui kuesioner berbasis web lebih efisien, serta memerlukan waktu dan biaya yang lebih sedikit (Hardani et al., 2020, hal. 407-408). Skala likert akan diterapkan untuk menganalisis data utama yang diperoleh dalam penelitian ini. Pendapat, keyakinan, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial diukur dengan menggunakan skala likert. Terdapat alternatif jawaban untuk setiap item pada skala ini, sehingga responden dapat mengungkapkan seberapa setuju atau tidak setujunya mereka. Basanya terdapat lima hingga tujuh tingkat respon yang mungkin, seperti sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju (Hardani et al., 2020, hal. 390-391) Berdasarkan sumber-sumber ini, kategori respons alat penelitian menggunakan skala likert yang berkisar antara 1 hingga 5, artinya angka yang rendah

menandakan tingkat ketidaksepakatan yang lebih besar. Tabel 3.1 menampilkan penilaian masing-masing skala, khususnya:

Table 3.1 Pemeringkatan Skala

Pilihan Jawaban	Keterangan	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Antara Tidak Setuju dan Setuju (Netral)	N	3
Tidak Setuju	T	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

(Sumber: Hardani et al., 2020, hal. 390-391)

3.5 Definisi Operasional

Bagian penelitian yang menawarkan data atau pedoman penilaian variabel disebut dengan operasi (Sugiyono, 2020). Definisi operasional juga berfungsi untuk membuat instrumen pengukuran. Tujuan dari definisi ini adalah mempermudah proses pengumpulan data, mencegah kesalahpahaman, dan memperjelas batasan variabel yang sudah digunakan. Peneliti memanfaatkan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data untuk mendapatkan informasi dari responden. Peserta mengisi kuesioner untuk memberikan informasi (Sugiyono, 2020). Variabel berikut digunakan dalam 2 (dua) jenis penelitian yang berbeda:

1. Variabel yang mempengaruhi atau berpengaruh terhadap variabel lain disebut sebagai variabel independen. Faktor-faktor independen yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi E-WOM (X1), harga (X2), dan citra merek (X3).
2. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel mediasi dan independen. Dalam penelitian ini, keputusan pembelian (Y) merupakan variabel yang terkait.

3.5.1 Keputusan Pembelian

Table 3.2 Operasional Keputusan Pembelian

Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Instrumen Penelitian
Keputusan Pembelian adalah fase pemikiran seseorang dimana mereka mempertimbangkan berbagai pilihan sebelum memutuskan untuk membeli barang dan jasa tertentu berdasarkan kepercayaan, kebiasaan membeli, dan rekomendasi.	Pemilihan Produk	Permintaan Produk	Saya memilih untuk membeli produk Glad 2 Glow di Shopee karena tertarik memiliki produk tersebut
		Keragaman jenis produk	Produk yang tersedia di Glad 2 Glow memiliki berbagai variasi yang cukup untuk memenuhi kebutuhan saya
	Pemilihan merek	Kepercayaan	Konsumen merasa nyaman membeli produk Glad 2 Glow di Shopee karena merek ini memiliki reputasi yang baik
		Popularitas	Keberadaan produk Glad 2 Glow dalam berbagai promosi di Shopee telah meningkatkan

			keinginan saya untuk mencobanya
	Pemilihan penyalur	Kemudahan memperoleh produk	Saya merasa mudah menemukan produk Glad 2 Glow di <i>platform</i> Shopee
		Ketersediaan Produk	Ketersediaan produk Glad 2 Glow di Shopee mempengaruhi keputusan saya untuk berbelanja di <i>platform</i> tersebut
	Jumlah Pembelian	Kebutuhan produk	Saya membeli produk Glad 2 Glow karena kebutuhan saya akan perawatan wajah

(Sumber: (Kotler, Keller, et al., 2022) dalam (Lystia et al., 2022))

3.5.2 E-WOM

Table 3.3 Operasional E-WOM

Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Instrumen Penelitian
<p><i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i> terdiri dari semua ulasan positif atau negative yang dibuat oleh pelanggan yang telah membeli produk tersebut.</p>	Intensitas	Penggunaan <i>platform</i> media sosial untuk mendapatkan informasi	Saya sering menggunakan media sosial untuk mencari informasi mengenai produk Glad 2 Glow yang tersedia di Shopee.
		Interaksi yang terjadi di <i>platform media sosial</i>	Saya merasa mudah menghubungi penjual produk Glad 2 Glow melalui fitur yang tersedia di Shopee
	Valensi Opini	Umpan balik positif pengguna di media sosial	Umpan balik yang saya temui tentang Glad 2 Glow di media sosial membuat saya merasa lebih percaya diri untuk membeli produk tersebut
		Rekomendasi pengguna di media sosial	Pengalaman yang dibagikan oleh pengguna lain di media sosial semakin

			memperkuat keinginan saya untuk membeli produk Glad 2 Glow
Konten	Informasi produk	Informasi yang terdapat pada produk Glad 2 Glow disajikan dengan jelas dan mudah dipahami	
	Informasi kualitas produk	Deskripsi bahan atau komposisi produk Glad 2 Glow di Shopee memberikan gambaran yang akurat mengenai kualitas produk	
	Rincian harga produk yang tersedia bagi pelanggan	Informasi harga yang tersedia di Shopee sangat membantu saya dalam membuat keputusan untuk produk Glad 2 Glow	
<i>E-WOM Quantity</i>	Jumlah ulasan pengguna di media sosial	Banyaknya ulasan positif di Shopee membuat saya semakin yakin untuk memilih	

			produk Glad 2 Glow
--	--	--	--------------------

(Sumber: (Kotler, Keller, et al., 2022) dalam (Candra et al., 2023))

3.5.3 Harga

Table 3.4 Operasional Harga

Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Instrumen Penelitian
Harga yaitu jumlah yang mau dibayar oleh seorang pembeli dalam barang maupun jasa.	Harga Terjangkau	Harga bervariasi	Konsumen dapat membeli produk Glad 2 Glow di Shopee tanpa khawatir harga yang mahal, karena harga produk tersebut bervariasi dan terjangkau
	Harga Kompetitif	Pertimbangan konsumen dalam membeli produk	Konsumen merasa bahwa harga produk Glad 2 Glow di Shopee lebih kompetitif dibandingkan dengan merek lain yang tersedia di <i>platform</i> tersebut
	Harga Berdasarkan Kualitas	Perbandingan harga dengan kualitas produk	Kualitas produk Glad 2 Glow lebih unggul dibandingkan produk lain dengan harga yang serupa di Shopee

	Harga Berdasarkan Manfaat Produk	Perbandingan harga dengan manfaat yang didapat	Manfaat yang didapatkan konsumen dari produk Glad 2 Glow melebihi harga yang ditawarkan
--	----------------------------------	--	---

(Sumber: (Kotler & Armstrong, 2022) dalam (Pratiwi & Silitonga, 2024))

3.5.4 Citra Merek

Table 3.5 Operasional Citra Merek

Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Instrumen Penelitian
Citra merek yaitu identitas produk, kepribadian, keunikan, dan sikap atau perilaku merek adalah contoh dari tingkat persepsi seseorang terhadap merek, yang dikenal sebagai persepsi merek.	Identitas Merek (<i>Brand Identity</i>)	logo	Logo Glad 2 Glow memudahkan saya untuk menemukan produk ini di antara banyak pilihan yang tersedia di Shopee
		Warna	Saya merasa bahwa warna kemasan Glad 2 Glow dapat membantu membangun identitas merek yang kuat
	Kepribadian merek (<i>Brand Personality</i>)	Dinamis	Saya merasa bahwa produk Glad 2 Glow secara aktif beradaptasi

			dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan
		Kreatif	Produk Glad 2 Glow memiliki kemasan yang lebih unik dan menarik jika dibandingkan dengan produk sejenis
	Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>)	Simbol	Simbol yang digunakan oleh Glad 2 Glow memudahkan saya untuk mengingat merek ini
	Sikap dan perilaku merek (<i>Brand attitude and behavior</i>)	Makna	Konsumen mengaitkan Glad 2 Glow dengan kecantikan alami serta perawatan kulit yang efektif

(Sumber: (Kotler & Armstrong, 2022) dalam (I. K. W. Prayoga & Yasa, 2023))

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut (Amruddin et al., 2022). metode analisis data meliputi tabulasi data setiap responden untuk setiap variabel penelitian setelah mengelompokkan data menurut variabel dan kategori responden. Untuk menjawab rumusan pertanyaan dan mengevaluasi hipotesis yang diajukan, data kemudian disajikan dan dihitung. Analisis deskriptif, kadang disebut analisis *statistic inferensial*, adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini. Tujuannya adalah untuk mengkarakteristikan data berdasarkan keadaannya saat ini tanpa menarik kesimpulan yang luas. Analisis deskriptif dan uji statistik merupakan dua metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Agar data yang dikumpulkan dari responden lebih mudah dipahami, maka dilakukan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan dan menjelaskan data. Selain itu, peneliti akan menggunakan *software SPSS* untuk melakukan analisis statistik yang meliputi uji validitas, reliabilitas, dan normalitas. Uji hipotesis dan regresi linier berganda juga digunakan dalam penelitian ini.

3.7 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan salah satu cabang ilmu statistika yang menggunakan statistik, visual, dan grafik untuk menampilkan data secara sederhana sehingga informasinya lebih mudah dipahami (Ahmaddien & Syarkani, 2019). Ukuran yang digunakan untuk mengkarakterisasi suatu kumpulan data meliputi *mean* (rata-rata), *median* (nilai tengah), dan modus (nilai yang paling sering muncul). Statistik deskriptif juga mencakup parameter distribusi data seperti rentang (selisih antara nilai tertinggi dan terendah), varians, dan standar deviasi. Menyajikan data dalam format grafis adalah taktik lain yang bermanfaat untuk membantu pembaca dan peneliti dalam memahami fakta yang dianalisis.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2021, hal. 66), tujuan uji validitas bertujuan untuk mengetahui seberapa reliabel pernyataan-pernyataan yang ada dalam kuesioner. Apabila pernyataan-pernyataan dalam suatu kuesioner secara akurat mencerminkan hal yang diukur, maka pernyataan tersebut dianggap valid. Hubungan antara skor masing-masing item dan skor keseluruhan variabel diuji untuk menilai validitas penelitian. 0,05 digunakan sebagai

tingkat signifikansi untuk uji validitas. Hipotesis diterima jika nilai korelasi yang dihitung (r hitung) lebih besar daripada nilai korelasi yang ada pada tabel (r tabel). Sebaliknya, hipotesis ditolak jika nilai r -hitung lebih kecil atau sama dengan r -tabel.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Sugiyono (2020) menyatakan bahwa tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk mengevaluasi setiap variabel yang dijadikan indikator dalam kuesioner. Jika responden memberikan tanggapan yang stabil dan konsisten terhadap pernyataan dalam kuesioner sepanjang waktu, maka kuesioner tersebut dapat dianggap reliabel. Penilaian reliabilitas menggunakan pendekatan statistik conbach'alpha, dengan nilai lebih dari 0,60 dianggap menunjukkan tingkat keandalan memadai.

3.8 Uji Asumsi Klasik

Dengan menggunakan data asli yang telah dikumpulkan, penelitian ini menguji hipotesis klasik dengan menggunakan uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

3.8.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021, hal.196), tujuan dari uji normalitas adalah untuk memverifikasi bahwa variabel dan nilai dalam model regresi memiliki distribusi yang teratur dan saling independen. Dengan menggunakan Monte Carlo dan pendekatan non-parametrik yang disebut uji Kolmogorov-Smirnov, data survei diperiksa normalitasnya. Jika nilai signifikansi melebihi 0,05, maka data dianggap terdistribusi dengan normal. Uji ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05.

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2021, hal.157), tujuan dari multikolinearitas adalah untuk mengidentifikasi adanya hubungan antara variabel independen dalam model regresi. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya keterkaitan antar variabel independen. Variabel independen dianggap tidak independen jika terdapat korelasi. Multikolinearitas dapat diketahui dengan menggunakan toleransi dan faktor inflasi varians terbalik (VIF). Kedua indikator tersebut menunjukkan variabel

independen mana yang dipengaruhi oleh faktor independen lainnya. Tingkat perubahan suatu variabel independen yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel lain diukur menggunakan toleransi. Secara umum, nilai VIF yang lebih dari 10 atau nilai toleransi dibawah 0,10 dianggap sebagai indikator adanya multikolinearitas.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Dengan memusatkan perhatian pada variasi varians residual antar observasi, maka uji heteroskedastisitas berupaya mengevaluasi model regresi. Sementara itu, homoskedastisitas terjadi Ketika variansi residu tetap konstan di seluruh observasi. Jika terdapat perbedaan variansi, maka kondisi tersebut disebut sebagai heteroskedastisitas. Menurut Ghozali (2021, hal. 178), terdapat beberapa metode untuk mendeteksi heteroskedastisitas. Keputusan uji ditentukan berdasarkan nilai signifikansi. Data dianggap tidak mendukung heteroskedastisitas jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Sebaliknya jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05, maka data diduga mengalami heteroskedastisitas. Terdapat ketidakseimbangan varians sehingga memerlukan tindakan preventif jika nilai signifikansinya kurang dari tingkat kepercayaan 5%. Oleh karena itu, kriteria signifikansi yang digunakan adalah nilai di atas 0,05.

3.8.4 Uji Regresi Linear Berganda

Penelitian yang melibatkan lebih dari dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen, disebut sebagai regresi berganda (Ahmaddien & Syarkani, 2019, hal 64). $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$, adalah rumus regresi berganda, di mana (Y) merupakan variabel terikat dan (X1),(X2),(X3), dan seterusnya adalah variabel bebas, yang meliputi E-WOM, harga, citra merek, dan keputusan pembelian. Konstanta (a) menggambarkan nilai (Y) ketika semua variabel independen(X) bernilai 0. Sementara itu, koefisien regresi (b1),(b2), dan seterusnya menunjukkan sejauh mana perubahan pada variabel independen memengaruhi peningkatan atau penurunan nilai (Y).

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Koefisien Determinasi

Bergantung pada jumlah variabel independen yang digunakan, koefisien determinasi yang disesuaikan (R kuadrat atau R^2) digunakan untuk menilai dan memprediksi sejauh mana model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Hal ini memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai sejauh mana model mencerminkan pola variasi dalam data, dengan mempertimbangkan jumlah variabel dan tingkat kompleksitas model. Oleh karena itu, R^2 adalah metrik yang lebih efektif untuk mengevaluasi kualitas model regresi. Koefisien determinasi ini memiliki nilai antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen memiliki keterbatasan dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Sebaliknya, nilai R^2 yang mendekati 1 mengindikasikan dependen secara akurat (Ghozali, 2021, hal.147).

3.9.2 Uji F

0,05 merupakan tingkat signifikansi yang diterapkan. Tujuan dari uji statistik F adalah untuk menentukan apakah variabel-variabel independen dalam model regresi memberikan pengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021, hal 148). Metode uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Nilai F tabel ditentukan dengan rumus $df_1 = k - 1$ dan $df_2 = n - k$, dimana n adalah banyaknya observasi atau data yang dimanfaatkan dan k mengartikan banyaknya variabel bebas dan batasannya. Nilai F yang dihitung terdapat pada tabel Anova pada keluaran IBM SPSS. Jika nilai f lebih besar daripada F tabel atau tingkat signifikansi kurang dari 0,05, maka hasil pengujian dianggap signifikan. Sebaliknya, jika tidak ada, maka pengujian dianggap tidak signifikan.

3.9.3 Uji T

Ghozali (2021, hal.148), uji-t digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana kontribusi setiap variabel independent dalam menjelaskna bahwa perubahan pada variabel dependen. Pengujian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti pada tingkat signifikansi 0,05.