

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif, Menurut (Sugiyono, 2019) Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan cara mengumpulkan informasi melalui instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan memverifikasi hipotesis yang telah ditetapkan. Metode pendekatan kuantitatif sering digunakan oleh para peneliti, karena hasil data yang telah diolah bersifat akurat dan dapat membuktikan hubungan antar variabel (Kusumastuti *et al.*, 2020).

- Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif karena pendekatan ini merupakan metode yang tepat untuk mengumpulkan atau merekam data dengan menggunakan instrument kuesioner untuk mendapatkan jawaban dari responden yang akan menjadi sampel dalam penelitian.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah segala sesuatu dalam bentuk apapun yang diputuskan oleh peneliti untuk dipelajari guna memperoleh informasi tentangnya, kemudian ditarik suatu kesimpulan (Sugiyono, 2019). Objek penelitian menjadi sasaran dalam penelitian agar dapat mencapai jawaban dari permasalahan yang diteliti. Pada penelitian ini, objek penelitian yang akan dikaji adalah konsumen yang pernah melakukan keputusan pembelian di *marketplace* Lazada.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, analisis, dan menarik kesimpulannya (Sugiyono,

2019). Pada penelitian ini, populasinya yaitu konsumen marketplace Lazada di Tangerang Selatan yang jumlahnya tidak diketahui.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang memiliki karakteristik dari populasi yang diteliti (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi anggota *sampling* (Mariansyah & Syarif, 2020). Jenis sampel yang digunakan yaitu berupa *purposive sampling*, *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan melakukan pertimbangan terlebih dahulu. Perlunya dilakukan pertimbangan karena tidak semua sampel sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti, maka dari itu perlu adanya pertimbangan terkait kriteria yang harus dipenuhi oleh anggota *sampling*. Kriteria sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu:

1. Pengguna marketplace Lazada
2. Berusia minimal 17 tahun
3. Pernah melakukan pembelian minimal satu kali

Adanya teknik dan pengambilan sampel ini untuk mempermudah pengumpulan data dan riset untuk kepentingan penelitian. Menurut (Hair, 2018) sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih, berdasarkan aturan umum jumlah sampel setidaknya minimum lima kali lebih banyak dari jumlah item pertanyaan yang akan dianalisis dan ukuran sampel akan diterima apabila memiliki rasio 10:1. Berdasarkan jumlah indikator dalam penelitian ini yaitu terdapat 11 indikator, maka jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebesar 110 sampel. Dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 10 \\ &= 11 \times 10 \\ &= 110 \text{ sampel}\end{aligned}$$

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian ini meliputi penggunaan kuesioner untuk mengumpulkan data primer, kuesioner merupakan teknik dalam pengumpulan data/informasi untuk dijawab para responden agar dapat dianalisa melalui pemberian pertanyaan/ Pernyataan tertulis (Cahyo *et al.*, 2019). Pengumpulan data menggunakan metode survei berupa kuesioner dimana kuesioner disebarkan secara online melalui media sosial (Instagram, Whatsapp dan Twitter). Kuesioner terdiri dari pernyataan yang berhubungan dengan topik penelitian untuk menguji hipotesis dengan bentuk skala likert menggunakan skor 1-5, yang memiliki arti semakin besar skor yang dijawab menandakan bahwa responden semakin setuju dengan pernyataan yang sudah dibuat oleh peneliti. Berikut adalah lima instrument dan nilai berdasarkan setiap jawaban, yaitu:

Tabel 3.1 Skala Peringkat

Jawaban	Nilai
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Cukup Setuju (CS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: (Sugiyono, 2018)

### 3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan berdasarkan masing-masing variabel yang dipakai dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Penelitian ini memiliki 3 variabel, yaitu: *Online Customer Review*, *E-Trust*, dan Keputusan Pembelian. Definisi operasional penelitian dijelaskan sebagai berikut:

1. *Online Customer Review* (X)

Menurut (Priangga & Munawar, 2021) *Online customer review* adalah informasi yang diberikan konsumen yang sudah memiliki pengalaman yang digunakan sebagai sumber informasi untuk membandingkan produk yang hendak dibeli hingga mempengaruhi terhadap keputusan pembelian.

2. *E-Trust* (M)

*E-Trust* adalah kemampuan konsumen untuk memiliki rasa kepercayaan dalam melakukan pembelian melalui internet dengan integritas yang dimiliki penjual (Susanto, 2018).

3. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan tahap dimana individu membuat keputusan atas produk atau jasa yang hendak dibeli yang dianggap sebagai keputusan pembelian (Kotler & Keller 2018).

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator	Sumber
1.	<i>Online Customer Review</i> (X)	1) <i>Awareness</i> / Kesadaran 2) <i>Frequency</i> / Frekuensi 3) <i>Comporison</i> / Perbandingan 4) <i>Effect</i> /Pengaruh	(Lackermair, 2018)
2.	<i>E-Trust</i> (M)	1) <i>Ability</i> / Kemampuan 2) <i>Belevolence</i> / Kebaikan Hati 3) <i>Integrity</i> / Integritas	(Sawlani, 2021)

3.	Keputusan Pembelian (Y)	1) Kemantapan Pada Sebuah Produk 2) Kebiasaan Dalam Membeli 3) Memberikan Rekomendasi Pada Orang Lain 4) Melakukan Pembelian Ulang	(Kotler & Keller 2018)
----	-------------------------	---	------------------------

Sumber: Olah Data Peneliti, 2023

### 3.6 Teknik Analisis Data

● Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai pengujian hipotesis yang sudah ditetapkan, pada penelitian kuantitatif data dari responden harus terkumpul terlebih dahulu agar dapat menganalisis data (Sugiyono, 2018). Teknik analisis data menggunakan pemodelan persamaan structural atau *Structural Equation Modeling (SEM)* melalui pendekatan *Partial Least Square (PLS)* 4.0. *Structural Equation Modeling (SEM)* merupakan teknik analisis yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model (Carrasco, 2018). Dalam *PLS-SEM* terdapat dua evaluasi model, yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*) (Marliana, 2019).

Dalam penelitian ini akan menggunakan analisis statistik deskriptif, karena statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul dengan tujuan untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban berdasarkan hasil kuesioner yang telah didapatkan (Pinem & Mardiatmi, 2021).

### 3.7 Uji *Measurement Model (Outer Model)*

*Outer model* dilakukan untuk menguji dan mengetahui validitas dan reabilitas agar dapat memastikan bahwa indikator yang digunakan dalam

penelitian valid dan realibel saat dilakukan analisis lebih lanjut (Purwanto & Loisa, 2020).

### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang bertujuan untuk mengukur instrument alat ukur tersebut valid atau tidak (Rosita *et al.*, 2021). Untuk menguji validitas instrument terdapat beberapa tahapan, diantaranya yaitu sebagai berikut:

#### A. *Convergent Validity*

*Convergent Validity* merupakan uji untuk mengetahui besar kecilnya hubungan antara item pada tiap indikator dengan konstruksinya. Pada uji ini, terdapat dua tahap untuk dapat dievaluasi yaitu dengan melihat *outer loading* dan *average variance extracted (AVE)* (Trenggonowati & Kulsum, 2018). *Outer loading* menggambarkan besarnya korelasi antara indikator dengan variabel laten, korelasi dinyatakan valid jika memiliki nilai  $>0,7$  dan untuk ketentuan nilai *AVE* dinyatakan valid jika memiliki nilai  $>0,5$  (Ghozali & Latan, 2020).

#### B. *Discriminant Validity*

Pengujian dilakukan untuk memastikan setiap konsep dari setiap variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. uji *discriminant validity* dapat dilakukan dengan pemeriksaan *cross loading*, uji dinyatakan valid apabila nilai *cross loading* memiliki hasil yang besar antara masing-masing indikator dengan variabel laten dibanding nilai *cross loading* ke variabel lainnya dengan masing-masing indikator harus lebih besar dari 0.70 (Ghozali & Latan, 2020).

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji pengukuran konsistensi instrument untuk menghasilkan data yang konsisten dan tetap sama apabila dilakukan pengulangan dalam mengukur obyek yang sama (Dewi, 2018). Pada penelitian ini untuk menguji reliabilitas instrument pada model penelitian peneliti menggunakan *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Agar data dinyatakan reliable maka masing-masing komponen *composite*

*reliability* dan *cronbach's alpha* harus memiliki nilai lebih besar 0,7 (Ghozali & Latan, 2020).

### 3.8 Uji *Structural Model* (Inner Model)

*Inner model* digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas sebab-akibat antar variabel laten dan variabel yang tidak dapat diukur. Model *structural* dapat diuji dengan beberapa evaluasi, yaitu:

#### 1. *R-Square* ( $R^2$ )

*R-Square* merupakan pengujian yang digunakan untuk melihat bagaimana variabel independent mempengaruhi variabel dependen dengan nilai kisaran nol hingga satu. Kriteria nilai *R-Square* yaitu 0,75 berkategori tingkat kuat, 0,50 berkategori tingkat moderat, dan 0,25 berkategori tingkat lemah (Irwan *et al.*, 2015).

#### 2. *Effect Size* ( $F^2$ )

Fungsi *F-Square* yaitu untuk mengukur pada variabel laten terhadap variabel lainnya. kriteria nilai *F-Square* yaitu untuk besaran nilai 0,35 berpengaruh besar, nilai 0,15 berpengaruh sedang, dan nilai 0,02 berpengaruh kecil.

#### 3. *Predictive Relevance* ( $Q^2$ )

*Q-Square* digunakan untuk mengukur validasi kemampuan dalam observasi yang dilakukan, jika nilai *Q-Square* memiliki besaran  $> 0$  maka model dikatakan memiliki nilai *predictive relevance* dan jika nilai *Q-Square* memiliki besaran  $< 0$  maka model dikatakan kurang memiliki *predictive relevance*.

### 3.9 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis adalah pengujian yang dilakukan untuk menguji kebenaran atas suatu hipotesis dalam penelitian akan diterima atau ditolak (Anuraga *et al.*, 2021). Pada penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *bootstrapping* untuk menguji koefisien signifikan. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan nilai *t-statistic* serta nilai probabilitas. Pengujian

hipotesis untuk nilai statistik untuk alpha yaitu sebesar 5% atau 0,05 ( $p$ -values  $< 0,05$ ) dan nilai  $t$ -statistic  $> 1,96$ .

