

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Menurut Sugiyono (2017:7) memberikan pengertian pendekatan kuantitatif yakni metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dan analisis data bersifat kuantitatif/statistik yaitu data berupa angka-angka dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini bersifat deduktif yang dilakukan untuk menguji hipotesis berlandaskan teori (Asnawi dan Masyhuri, 2011:20).

3.2. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi yang telah ditentukan adalah Kecamatan Kebomas. Alasan yang mendasari pemilihan lokasi tersebut dikarenakan masalah yang hendak dipecahkan atau fenomena yang akan diamati terjadi di lokasi tersebut.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan keseluruhan subjek yang akan diteliti dengan karakteristik yang dapat dikatakan sama sehingga dapat digeneralisasikan hasil penelitian yang

dilakukan terhadap populasi tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang menggunakan dan belanja melalui *e-commerce* di Kecamatan Kebomas Gresik.

3.3.2. Sampel

Menurut sugiyono (2012;81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *nonprobability* sampling dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*.

Menurut Sugiyono (2012:84) *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* termasuk dalam metode *non probability sampling* (Sugiyono, 2018;123). *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

Adapun penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh Roscoe dalam Sugiyono (2015:131) adalah ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, maka untuk memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan rumus Riduwan (2012:66) :

$$n = (0,25) \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{\varepsilon} \right)^2$$

Dimana :

- n = jumlah sampel
 $Z_{\alpha/2}$ = nilai yang didapat dari tabel normal atas tingkat keyakinan
 ε = kesalahan penarikan sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95% maka nilai $Z_{\alpha/2}$ adalah 1.96. tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan 5% maka dari perhitungan tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan yaitu :

$$n = (0,25) \cdot \left(\frac{1,96}{0,05} \right)^2 = 153,6$$

Jadi berdasarkan rumus diatas sampel yang diambil sebanyak 153,6 responden. Untuk memudahkan perhitungan maka dibulatkan menjadi 154 responden.

3.4. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1. Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan terdiri dari dua yaitu :

1. Variabel bebas (*independen*) X

X_1 = *Viral Marketing*

X_2 = *Kepercayaan Konsumen*

X_3 = *Online Customer Reviews*

2. Variabel terikat (*dependen*) Y adalah Keputusan pembelian melalui *Electronic*

Commerce (E-Commerce) yang terdaftar pada *Indonesian E-Commerce Assosiation* di Kecamatan Kebomas Gresik.

3.4.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional digunakan untuk memahami lebih mendalam mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini baik berdasarkan teori atau pengalaman-pengalaman empiris. Definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel bebas (X_1) yaitu *viral marketing*.

Viral marketing adalah pemasaran mulut ke mulut versi internet, yang melibatkan pesan melalui *email* atau *marketing event* yang begitu terinfeksi mereka akan memberitahu ke teman lainnya. Berikut beberapa indikator *viral marketing* antara lain:

- a. Pengetahuan produk.
- b. Kejelasan informasi.
- c. Membicarakan produk.

2. Variabel bebas (X_2) yaitu kepercayaan konsumen.

Kepercayaan konsumen merupakan sikap suka seseorang dalam suatu produk dan menggunakan media internet untuk melakukan transaksi melalui *online store*. Indikator kepercayaan konsumen yaitu sebagai berikut:

- a. Kemampuan.
- b. Kebaikan Hati.
- c. Integritas.

3. Variabel bebas (X_3) yaitu *online customer reviews*.

Online customer review merupakan ulasan satu atau beberapa konsumen mengenai suatu produk melalui internet yang akan memberikan rekomendasi atau informasi terhadap konsumen lainnya. Indikator *online customer review* yaitu sebagai berikut:

- a. Kredibel
- b. Keahlian
- c. Menyenangkan

4. Variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan langkah konsumen untuk menentukan pembelian terhadap produk yang telah terpilih selanjutnya di beli untuk dipergunakan. Indikator keputusan pembelian yaitu sebagai berikut:

- a. Kemantapan pada sebuah produk
- b. Kebiasaan dalam membeli produk
- c. Kecepatan dalam membeli produk
- d. Memberikan rekomendasi kepada orang lain

3.5. Pengukuran Variabel

Alat pengukuran data yang digunakan untuk mengukur data-data yang akan di analisis dari hasil penyebaran kuesioner yaitu menggunakan skala likert. Skala likert digunakan sebagai pengukuran untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau kelompok terkait dengan fenomena sosial yang ada (Sugiyono, 2017;93). Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut dijadikan sebagai

titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan atau pertanyaan. Setiap pernyataan dalam variabel akan diberi skor dengan skala 1 sampai dengan 5 seperti rincian berikut :

- a. Jawaban 1 (sangat setuju) pemberian skor 5
- b. Jawaban 2 (setuju) pemberian skor 4
- c. Jawaban 3 (ragu-ragu) pemberian skor 3
- d. Jawaban 4 (tidak setuju) pemberian skor 2
- e. Jawaban 5 (sangat tidak setuju) pemberian skor 1

3.6. Jenis dan Sumber Data

3.6.1. Jenis Data

Penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang berasal dari sumber asli atau pertama diperoleh secara langsung dikumpulkan peneliti dari lapangan atau obyek penelitian sesuai dengan variabel yang diteliti kemudian diolah. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah jawaban responden atas pernyataan yang diajukan kepada responden, (Sugiono, 2017;137) dalam penelitian ini data primer diperoleh berasal dari pernyataan kuesioner yang diberikan kepada responden yaitu orang yang melakukan pembelian melalui *E-Commerce* yang terdaftar pada *Indonesian E-Commerce Association* di Kecamatan Kebomas Gresik.

3.6.2. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari responden dengan memberikan kuesioner kepada responden yang melakukan pembelian melalui *E-*

Commerce yang terdaftar pada *Indonesian E-Commerce Association* di Kecamatan Kebomas Gresik.

3.7. Teknik Pengumpulan Data

Ridwan (2010:51) menjelaskan metode pengumpulan data adalah teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data sehingga hasil akhir penelitian mampu menyajikan informasi yang valid dan reliabel. Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan yakni dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data berupa sebuah pernyataan atau pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk mewakili sebuah jawaban. Dalam penelitian ini, kuesioner akan diberikan kepada orang yang melakukan pembelian melalui *E-Commerce* yang terdaftar pada *Indonesian E-Commerce Association* di Kecamatan Kebomas Gresik.

3.8. Uji Instrumen

3.8.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:125) Instrumen yang *valid* berarti alat ukur yang dapat digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu *valid*. *Valid* berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan yang digunakan untuk mengukur *valid* atau tidaknya suatu kuesioner.

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan membandingkan nilai *r* hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai *r* tabel. Jika nilai *r* hitung $>$ *r* tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2013;53). Sebaliknya jika *r* hitung $<$ *r*

tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid. r tabel didapat dari taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan derajat bebas atau *degree of freedom* (df) menggunakan rumus berikut :

$$df = n - 2$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

2 = *two tail test*

3.8.2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2013; 111) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas tiap butir pertanyaan dalam instrumen kuesioner akan diuji dengan menggunakan *cronbach's alpha* dimana kuesioner dikatakan reliabel bila memiliki nilai cronbach alpha $> 0,6$ (Ghozali, 2013; 111).

3.9. Uji Asumsi Klasik

3.9.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dengan menggunakan grafik masih bisa terjadi kesalahan apabila tidak berhati-hati karena secara visual data akan kelihatan normal, padahal secara statistik tidak normal. Salah satu uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas yaitu uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis sebagai berikut :

Ho : Data residual berdistribusi normal

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal

Data residual berdistribusi normal atau Ho diterima jika nilai signifikandiatas 0,05. Data residual dikatakan tidak normal jika nilai signifikannyadibawah 0,05.

3.9.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolonieritas dilakukan untuk melihat ada tidaknya korelasi terhadap variabel independen. Model regresi sebaiknya tidak terdapat korelasi antar variabel bebas. Terjadinya multikolonieritas menurut Ghozali (2013;105) dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai dari *tolerance* dan VIF adalah berlawanan, artinya apabila nilai *tolerance* rendah berarti nilai dari VIF adalah tinggi, karena $VIF = 1/Tolerance$. Nilai *cut off* yang sering digunakan untuk melihat adanya multikolonieritas ditunjukkan dengan nilai $Tolerance \leq 0.10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

3.9.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji glejser merupakan salah satu cara yang digunakan untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas. Uji glejser ini meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen menurut (Ghozali, 2013:142) dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$|U_t| = \alpha + \beta X_t + v_t$$

Apabila variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai Absolut U_t (Abs U_t), maka akan terjadi

heteroskedastisitas. Tidak akan ada indikasi terjadi heteroskedastisitas apabila probabilitas tingkat signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% atau 0,05.

3.10. Teknik Analisis Data

3.10.1. Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi berganda menunjukkan arah hubungan variabel independen yaitu motivasi, disiplin, dan budaya organisasi terhadap variabel dependen yaitu kinerja karyawan. Berikut adalah persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y : Keputusan Pembelian
- α : Konstanta
- $\beta_{1,2,3}$: Koefisien Regresi
- X_1 : Variabel *Viral Marketing*
- X_2 : Variabel Kepercayaan Konsumen
- X_3 : Variabel *Online Customer Reviews*
- e : Error

3.10.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2013;100) koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk menguji seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara satu dan nol. Apabila nilai R^2 kecil mengartikan bahwa kemampuan variabel-variabel independen sangat terbatas dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Apabila nilai yang dihasilkan mendekati angka satu maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3.11. Uji Hipotesis

3.11.1. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Untuk menguji apakah masing-masing variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen secara parsial dengan menentukan derajat kepercayaan 95% ($\alpha=0,05$). Hipotesis dalam Uji t yaitu:

$H_0 : b_1 = 0$ artinya variabel *viral marketing* (X_1) tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_a : b_1 \neq 0$ artinya variabel *viral marketing* (X_1) ada pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_0 : b_2 = 0$ artinya variabel kepercayaan konsumen (X_2) tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_a : b_2 \neq 0$ artinya variabel kepercayaan konsumen (X_2) ada pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_0 : b_3 = 0$ artinya variabel budaya *online customer reviews* (X_3) tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_a : b_3 \neq 0$ artinya variabel *online customer reviews* (X_3) ada pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Adapun kriteria pengambilan keputusan pada uji-t ini adalah dengan cara melihat nilai signifikansi dari hasil output SPSS.

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

3.11.2. Uji Kelayakan Model

Uji kelayakan model atau yang lebih populer disebut sebagai uji F (ada juga yang menyebutnya sebagai uji simultan model) merupakan tahapan awal mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak atau tidak (Ghozali, 2013:98). Layak (andal) disini maksudnya adalah model yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Nama uji ini disebut sebagai uji F, karena mengikuti mengikuti distribusi F yang kriteria pengujiannya seperti *One Way Anova*. Penggunaan software SPSS memudahkan penarikan kesimpulan dalam uji ini. Apabila nilai prob. F hitung (ouput SPSS ditunjukkan pada kolom sig.) lebih kecil dari tingkat kesalahan/error (alpha) 0,05 (yang telah ditentukan) maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang diestimasi layak, sedangkan apabila nilai prob. F hitung lebih besar dari tingkat kesalahan 0,05 maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang diestimasi tidak layak.