

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1. Pendekatan Penelitian.**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut Sugiyono (2013: 13). Penelitian ini menitikberatkan pada pengujian hipotesis dengan menggunakan data-data primer yang terukur dan menggunakan metode analisis statistik sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasi.

Bentuk penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian. Pengertian deskriptif menurut Sugiyono (2012:29) adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

### **3.2. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di kabupaten Gresik dimana penduduknya rata-rata menggunakan situs belanja online.

### 3.3. Populasi dan Sampel

#### 3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2008) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli pada situs *online* sorabel di seluruh Indonesia.

#### 3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2008). Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Oleh karena itu besar sampel yang digunakan dihitung dengan rumus menurut Widiyanto (2008), sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel sebesar 95%

= 1,96 dengan  $z = 5\%$

Moe = *margin of Error*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan, biasanya sebesar 10%.

Dilihat dari rumus di atas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4 \cdot (10\%)^2}$$

$n = 96,04 = 97$  atau dibulatkan menjadi 100.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling. Menurut Sugiyono (2014:84) *Non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Salah satu teknik *Non-probability sampling* yang diambil oleh peneliti yaitu teknik *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2014:85) *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pengambilan sampel didasarkan pertimbangan bahwa responden pernah menggunakan atau melakukan. Sampel akan dipilih peneliti sebagai sumber data yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah responden yang pernah melakukan pembelian di toko *online* Sorabel.

### 3.4. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel atau

*construct* dengan cara memberikan arti atau menspesifikan kegiatan dalam bentuk operasional pengukuran terhadap variabel tersebut, sehingga dapat dikatakan bahwa definisi operasional akan meliputi batasan dan ukuran dari suatu variabel sehingga dapat diuji kebenarannya. Uraian jenis variable beserta definisi operasionalnya dikemukakan pada bagian berikutnya.

**Tabel 3.1**  
**Tabel Definisi Operasional Variabel**

| <b>Variabel</b>                | <b>Definisi Variabel</b>  | <b>Indikator</b>   |
|--------------------------------|---|--|
| <i>E-Service Quality</i>       | Sejauh mana situs web memfasilitasi belanja, pembelian dan pengiriman produk dan jasa secara efektif dan efisien.     | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Information</i> (Informasi)</li> <li>2. <i>Easy to use</i> (Mudah digunakan)</li> <li>3. <i>Reliability</i> (Kehandalan)</li> <li>4. <i>Privacy</i> (Privasi)</li> </ol> (Bressolles & Durrieu, 2011)                     |
| <i>Shopping Orientation</i>    | Perilaku belanja tiap individu yang berhubungan dengan gaya hidup dan minat belanja individu                          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Shopping enjoyment</i> (Kenikmatan berbelanja)</li> <li>2. <i>Brand fashion</i> (Merek)</li> <li>3. <i>Price</i> (Harga)</li> <li>4. <i>In / home shopping</i> (Belanja di rumah)</li> </ol> (Kusuma dan Septarini, 2013) |
| <i>Online Customer Reviews</i> | Penilaian dari masing masing individu terhadap produk yang telah dibeli apakah sesuai dengan yang diterima atau tidak | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informasi produk</li> <li>2. Argumen</li> <li>3. Rating</li> </ol> (Mangold, et al., 1999)   |

|                               |  |  |
|-------------------------------|--|--|
| Keputusan Pembelian           | Suatu keputusan individu dalam melakukan pembelian secara online | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pilihan produk</li> <li>2. Pilihan merek</li> <li>3. Pilihan kunjungan</li> <li>4. Waktu pembelian</li> <li>5. Jumlah pembeli</li> <li>6. Metode pembayaran</li> </ol> |
| Kotler & Armstrong (2016:188) |  |  |

### 3.5. Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dilakukan dengan alat bantu kuisioner yang diisi oleh responden. Pengukuran kuisioner dalam penelitian ini menggunakan *skala Likert* dibuat dalam bentuk Tabel. Menurut Sugiyono (2013;81) menyatakan bahwa *Skala Likert* adalah skala yang berisi lima tingkat prefensi jawaban dengan rincian sebagai berikut:

1. Untuk jawaban Sangat Setuju : skor 5
2. Untuk jawaban Setuju : skor 4
3. Untuk jawaban Ragu-Ragu : skor 3
4. Untuk jawaban Tidak Setuju : skor 2
5. Untuk jawaban Sangat Tidak Setuju : skor 1

### 3.6. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung yaitu dengan cara melakukan survei kuesioner kepada

responden yang memiliki karakteristik sesuai dengan populasi yang ditentukan di dalam penelitian ini. Kuesioner tersebut digunakan untuk memperoleh data-data mengenai tanggapan responden tentang variabel-variabel yang diteliti.

Menurut Indriantoro dan Supomo (2013: 146-147) data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, sedangkan data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Sumber data penelitian ini didapat dari jawaban Responden melalui kuesioner.

### **3.7. Uji Instrumen**

#### **3.7.1. Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2013;121) validitas adalah instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Menurut Ghozali (2013;53) 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.

$r$  tabel didapat dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 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*

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Realibilitas menunjukkan sejauh mana alat ukur dan hasil pengukuran dapat diandalkan dan dipercaya. Menurut Sugiyono (2013;121) Reabilitas adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reabilitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan kriteria bahwa variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Nunnally dalam Ghozali, 2013;48).

### 3.8. Uji Asumsi Klasik

Uji mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari normalitas, heterokedastisitas, multikolineritas. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah estimasi telah memenuhi kriteria ekometrik, dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi yang diperlukan.

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable

pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Kalau nilai residual tidak mengikuti distribusi normal maka hasil uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2016:154). Uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas residual adalah dengan uji *statistik non-parametrik One Sample Kolmogrov – Smirnov (K-S)*.<sup>13</sup> Uji ini dilakukan dengan melihat grafik histogram yang membandingkan data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Jika distribusi normal, maka asumsi normalitas terpenuhi. Sedangkan hipotesis yang diajukan adalah

Ho : data residual berdistribusi normal

Ha : data residual tidak berdistribusi normal

1. Dasar pengambilan keputusan dalam uji K-S adalah sebagai berikut : Apabila probabilitas nilai Z uji K-S signifikan secara statistik ( $< 0,05$ ), maka Ho tidak dapat diterima, yang berarti data terdistribusi secara tidak normal.
2. Apabila probabilitas nilai Z uji K-S tidak signifikan secara statistik ( $> 0,05$ ), maka Ho tidak dapat ditolak, yang berarti data terdistribusi normal.

### 3.8.2 Uji Heteroskedastis

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. (Ghozali : 2016). Untuk menguji heterokedastisitas menggunakan uji Glejser. Ada

atau tidaknya heteroskedastisitas, uji ini dilakukan untuk menguji nilai absolut residual terhadap variabel independen, dengan persamaan regresi :  $|U_t| = \alpha + \beta X_t + v_t$

Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi hetero, didalan SPSS menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai Absolut. Model regresi tidak terjadi hetero apabila profitabilitas signifikan diatas tingkat kepercayaan 5% (Ghozali, 2016:138)

### 3.8.3 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2012: 105) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Pengujian multikolinieritas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. *Tolerance* mengukur variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/Tolerance$ ). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance*  $\geq 0,01$  atau sama dengan nilai VIF  $\leq 10$ .

### 3.9. Teknik Analisis Data

Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat bilangan atau

*Pengaruh E-service Quality, Shopping Orientation dan Online Customer Review*

*Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Sorabel*

Zheila Fara Farida 2019

berupa angka-angka. Sumber data yang digunakan dari penelitian ini adalah penarikan data primer dengan menggunakan kuesioner. Data tersebut dikuantitatifkan dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban responden Sugiyono (2010;86). Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah analisis berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis tentang antara hubungan dua variabel bebas atau lebih secara bersama-sama dengan suatu variabel tergantung. Penggunaan analisis regresi berganda karena pada penelitian ini memiliki 3 variabel bebas. Berikut ini adalah persamaan regresi berganda yang digunakan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

e = *Standart Error*

X1 = Variabel *E-Service Quality*

X2 = Variabel *Shopping Orientation*

X3 = Variabel *Online Customer Reviews*

Hasil regresi yang diperoleh kemudian dilakukan pengujian untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang diperoleh mempunyai pengaruh yang

signifikan atau tidak, secara parsial dan mengetahui pula seberapa besar pengaruhnya.

### 3.10 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2013;97) koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted  $R^2$  pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti  $R^2$ , nilai Adjusted  $R^2$  dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

### 3.11 Uji Hipotesis

Menurut Ghozali (2012: 98) Uji t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

a. Menentukan t tabel

Menggunakan taraf nyata ( $\alpha$ ) 5% (0,05) dengan derajat bebas atau *degree of freedom* (df)  $n-k$ , dimana  $n$  = jumlah pengamatan dan  $k$  = jumlah variabel untuk menentukan nilai t tabel.

b. Menentukan kriteria pengambilan keputusan

- 1) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $< \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara parsial ada pengaruh nyata antara *E-Service Quality* ( $X_1$ ), *Shopping Orientation* ( $X_2$ ), *Online Customer Reviews* ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- 2) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $> \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya secara parsial tidak ada pengaruh nyata antara *E-Service Quality* ( $X_1$ ), *Shopping Orientation* ( $X_2$ ), *Online Customer Reviews* ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).



**Gambar 3.1**  
**Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan  $H_0$  Uji t**



Pengaruh *E-service Quality*, *Shopping Orientation* dan *Online Customer Review*  
Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko *Online* Sorabel  
Zheila Fara Farida 2019

Daerah penolakan  $H_0$   
dan penerimaan  $H_1$

Daerah Penerimaan  $H_0$   
dan Penolakan  $H_1$

Daerah penolakan  $H_0$   
dan penerimaan  $H_1$

