

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2018) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivism untuk melakukan penelitian pada populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dan digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis penelitian ini adalah penelitian *eksplanatory* yaitu penelitian yang menjelaskan posisi antara variabel yang diteliti serta hubungan antar variabel satu dengan yang lain melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan.

#### **3.2 Subyek Dan Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini subjek yang dijadikan penelitian adalah pengguna Shopee. Sedangkan Obyek penelitian ini adalah pengaruh *E-WOM* dan *E-TRUST* terhadap *E-Purchase Decision* pada pengguna Shopee di Kabupaten Jombang.

#### **3.3 Definisi Operasional**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga variabel yang terdiri dari variabel yang terdiri dari variabel dependen (Y) yaitu *E-Purchase Decision*, variabel independen (X1) adalah *E-WOM* dan independen (X2) adalah *E-Trust*.

Definisi operasional dari ketiga variabel tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. *E-Purchase Decision*

Konsumen memutuskan untuk membeli produk secara *online* di Shopee.

Indikator *E-Purchase decision* antara lain (Kotler et al., 2016):

- a) Pengenalan masalah
- b) Pencarian informasi
- c) Evaluasi alternatif
- d) Keputusan pembelian
- e) Perilaku pasca pembelian

2. *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*

Informasi yang didapat dengan mudah melalui internet dan secara tidak langsung dapat mempengaruhi sikap konsumen sebelum melakukan pembelian.

Dimensi *E-WOM* sebagai berikut (Goyette et al., 2010):

1. *Intensity* (intensitas)

Indikator dari intensitas adalah:

- a. Frekuensi mengakses informasi dari layanan media sosial
- b. Frekuensi interaksi dengan pengguna media sosial
- c. Jumlah ulasan yang ditulis oleh pengguna media sosial

2. *Content* (konten)

Indikator dari konten meliputi:

- a. Informasi tentang keamanan transaksi dan situs jaringan internet yang disediakan.
  - b. Informasi pilihan produk
  - c. Informasi mengenai harga yang ditawarkan
3. *Valance of opinion* (pendapat konsumen)

Indikator dari *valance of opinion* meliputi:

- a. Komentar positif dari layanan media sosial
  - b. Rekomendasi dari pengguna layanan media sosial
3. *E-Trust*

Mengukur tingkat kepercayaan konsumen terhadap transaksi *online* melalui Shopee dan menerima segala resiko saat bertransaksi secara *online*.

Indikator *E-Trust* meliputi (Badir & Andjarwati, 2020):

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

**Table 3.1 Instrumen Penelitian**

Variabel	Dimensi	Indikator	Item Pernyataan
Keputusan Pembelian (Y)		Pengenalan masalah	Saya membeli barang melalui Shopee sesuai dengan kebutuhan
		Pencarian informasi	Saya memperoleh informasi mengenai Shopee melalui teman, saudara dan di berbagai media.

(Kotler et al., 2016)		Evaluasi alternatif	Menurut saya Shopee sebagai alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan
		Keputusan pembelian	Saya merasa yakin untuk membeli produk melalui Shopee
		Perilaku Pasca Pembelian	Jika membutuhkan barang lagi saya akan membeli di aplikasi Shopee
<i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i> (Goyette et al., 2010)	<i>Intensity</i>	Frekuensi mengakses informasi dari layanan media sosial	Saya mengakses informasi barang kebutuhan melalui Shopee
		Frekuensi interaksi dengan pengguna media sosial	Sebelum membeli barang di Shopee saya menghubungi penjual terlebih dahulu
		Jumlah ulasan yang ditulis oleh pengguna media sosial	Sebelum membeli barang, saya juga memperhatikan ulasan yang ditulis oleh pengguna Shopee lainnya.
	<i>Content</i>	Informasi tentang keamanan transaksi dan situs jaringan internet yang disediakan	Saya merasa aman melakukan transaksi melalui Shopee
		Informasi mengenai harga yang ditawarkan	Di aplikasi Shopee sudah tersedia informasi harga yang sangat beragam
		Informasi pilihan produk	Shopee menawarkan berbagai macam pilihan barang
	<i>Valance of Opinion</i>	Komentar positif dari layanan media sosial	Di Shopee terdapat komentar positif atau feedback dari pengguna Shopee lainnya
		Rekomendasi dari pengguna layanan media sosial	Saya mendapatkan rekomendasi membeli barang melalui Shopee dari pengguna Shopee lainnya
<i>Electronic Trust (E-Trust)</i>		Kebaikan	Saya percaya terhadap program maupun syarat dan ketentuan transaksi Shopee
		Integritas	Saya merasa puas ketika barang yang saya pesan sesuai dengan keinginan saya

(Badir & Andjarwati, 2020)		Kemampuan	Shopee menyediakan berbagai macam kategori produk sesuai kebutuhan konsumen
----------------------------	--	-----------	---

Sumber: (Kotler et al., 2016), (Goyette et al., 2010), (Badir & Andjarwati, 2020)

### 3.4 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur pendapat, sikap dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosial ditentukan secara khusus oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk Menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2018). Pengukuran jawaban pertanyaan menggunakan skala *Likert* sebagai berikut:

**Table 3.2 Skala Likert**

No	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber:(Sugiyono, 2018)

### 3.5 Populasi dan Sampel

#### 3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee di Kabupaten Jombang.

### 3.5.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2018). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *non Probability Sampling* dengan Teknik *insidental sampling*. *non Probability Sampling* adalah metode pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Insidental sampling* merupakan Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang kebetulan ditemui cocok dengan kriteria sebagai narasumber (Sugiyono, 2018).

Jika jumlah populasi dalam penelitian tidak diketahui secara pasti, maka perhitungan jumlah sampel dapat menggunakan rumus *Cochran* sebagai berikut (Sugiyono, 2018):

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

$e$  = Tingkat kesalahan sampel (sampling error), biasanya 10%

Maka perhitungan dalam menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

$n = 96,04$  dibulatkan menjadi 100. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel yang digunakan berjumlah 100 orang.

### 3.6 Jenis Data dan Sumber Data

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data diperoleh langsung dari sumber objek penelitian (Sugiyono, 2018). Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dengan menyebarkan kuisioner atau angket kepada Pengguna Shopee yang ada di Kabupaten Jombang.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini, data sekunder bersumber dari berbagai jurnal, penelitian terdahulu dan artikel di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

### 3.7 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner untuk proses pengumpulan data. Kuisisioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini responden tersebut adalah pengguna Shopee di Kabupaten Jombang.

### 3.8 Uji Instrumen

#### 3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner (Ghozali, 2016). Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisisioner. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Metode korelasi yang digunakan adalah *pearson product moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

X = Skor item X

Y = Skor item Y

n = Banyaknya sampel dalam penelitian

1. Instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi antar item lebih dari 0,3.
2. Instrument dikatakan tidak valid apabila nilai koefisien korelasi antar item kurang dari 0,3.

**Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Nilai Korelasi	Batas Korelasi	Keterangan
E-Purchase Decision	Y1.1	0,759	0,30	Valid
	Y1.2	0,682	0,30	Valid
	Y1.3	0,843	0,30	Valid
	Y1.4	0,802	0,30	Valid
	Y1.5	0,802	0,30	Valid
Electronic Word Of Mouth (E-WOM)	X1.1	0,571	0,30	Valid
	X1.2	0,666	0,30	Valid
	X1.3	0,667	0,30	Valid
	X1.4	0,586	0,30	Valid
	X1.5	0,706	0,30	Valid
	X1.6	0,727	0,30	Valid
	X1.7	0,803	0,30	Valid
	X1.8	0,356	0,30	Valid
Electronic Trust (E-Trust)	X2.1	0,749	0,30	Valid
	X2.2	0,836	0,30	Valid
	X2.3	0,831	0,30	Valid

*Sumber: Data Primer yang di olah, (2022)*

Berdasarkan tabel 3.2 maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan diperoleh dari nilai korelasi lebih besar dari nilai koefisien, hal ini berarti semua butir pernyataan valid.

### 3.8.2 Uji reliabilitas

Menurut Ghozali, (2016) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuisisioner, yang merupakan indikator dari variabel atau konfigurasi. Kuisisioner dikatakan reliabel atau kredibel jika jawaban seseorang terhadap suatu

pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dikatakan reliabel apabila masing-masing pertanyaan dijawab dengan konsisten karena masing-masing pertanyaan akan mengukur hal yang sama. Reabilitas dapat diukur dengan menggunakan One Shot atau pengukuran sekali saja yang kemudian hasilnya akan dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban dari pertanyaan. Sebuah variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach alpha  $> 0,70$

**Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Koefisien $\alpha$	Keterangan
E-Purchase Decision (Y)	0,829	0,7	Reliabel
Electronic Word Of Mouth (E-WOM) (X1)	0,788	0,7	Reliabel
Electronic Trust (E-Trust) (X2)	0,711	0,7	Reliabel

*Sumber: Data Primer yang di olah, (2022)*

Dari tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian reliabilitas dapat dikatakan reliabel karena dapat dilihat dari Cronbach alpha  $> 0,7$ . Dengan ini maka variabel E-Purchase Decision (Y) memiliki nilai Cronbach alpha  $0,829 > 0,7$  maka dikatakan reliabel, variabel Electronic Word Of Mouth (E-WOM) (X1) memiliki nilai Cronbach alpha sebesar  $0,788 > 0,7$  maka dikatakan reliabel, dan variabel Electronic Trust (E-Trust) (X2) memiliki nilai Cronbach alpha sebesar  $0,711 > 0,7$  maka dapat dikatakan reliabel. Jadi ketiga variabel tersebut dapat dikatakan reliabel.

### 3.9 Teknik Analisis Data

#### 3.9.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono, (2018) analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan apa adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam metode ini menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{rentang skor} &= \frac{\text{nilai skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{jumlah kategori}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Interetasi skor:

1,0 - 1,8 = sangat rendah

1,81 - 2,6 = rendah

2,61 - 3,4 = netral

3,41 - 4,2 = tinggi

4,21 - 5,0 = sangat tinggi

#### 3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen memiliki hubungan positif atau negatif dan memprediksi nilai kenaikan atau penurunan dari variabel dependen. Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

Rumus:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

Y = *E-Purchase Decision*

X1 = *E-WOM*

X2 = *E-Trust*

a = Konstanta persamaan regresi

b1 = Koefisien *E-WOM*

b2 = Koefisien *E-Trust*

e = Residu atau prediction error

### 3.9.3 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji normalitas Data

Menurut Ghozali, (2016) uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Salah satu cara untuk menguji normalitas yaitu dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik-titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

## 2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali, (2016) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Apabila variabel saling berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal merupakan variabel independent yang nilai korelasi antar sesama variabel independent sama dengan nol. Salah satu cara untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, diantaranya:

- a. Jika nilai VIF  $> 10$  dan tolerance  $< 0,1$ , maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi terdapat masalah multikolinearitas.
- b. Jika nilai VIF  $< 10$  dan tolerance  $> 0,1$ , maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinearitas.

## 3. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali, (2016) uji heterodastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari

residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik yaitu homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Adapun dasar analisis untuk mendeteksinya adalah sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu seperti titik yang ada membentuk pola teratur tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

#### **4. Uji Autokorelasi**

Menurut Ghozali, (2016) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Apabila terjadi korelasi maka dikatakan ada masalah autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Adapun cara untuk mendeteksinya dapat dilakukan dengan uji Durbin-Watson (DW test) yang mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independent. Melakukan uji Durbin-Watson diperlukan langkah awal yaitu merumuskan hipotesis:

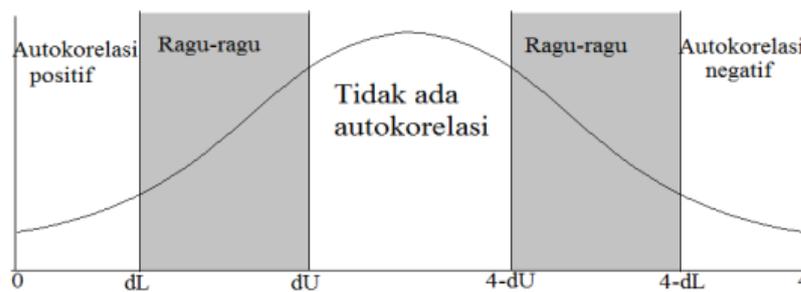
$H_0$  : tidak ada korelasi ( $r = 0$ )

$H_a$  : ada autokorelasi ( $r \neq 0$ )

**Table 3.5 Pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi**

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autokorelasi negative	No decision	$d_l \leq d \leq d_u$
Tidak ada korelasi negative	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Tidak ada korelasi negative	No decision	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Tidak ditolak	$D_u < d < 4 - d_u$

Sumber: (Ghozali, 2016)

**Gambar 3.1 Kurva Durbin Watson**

### 3.9.4 Uji Hipotesis (uji t)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independent secara persial dalam menerangkan variabel dependen. Cara untuk melakukan uji t adalah dengan menggunakan perbandingan antara nilai statistic t dengan titik kritis menurut tabel.

Uji t dilakukan dengan dasar probabilitas/signifikansi. Apabila P value  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Sedangkan, apabila P value  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Keterangan:

$H_0$  = Variabel independent tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen

Ha = Variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

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

Menurut Ghozali, (2016) koefisien determininasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah  $0 < R^2 < 1$ . Apabila nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel bebas yang dipakai dalam penelitian ini mampu mendeteksi variabel terkait:

Rumus:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

$r^2$  = Koefisien Korelasi