

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Dalam suatu penelitian diperlukan langkah-langkah yang direncanakan dan sistematis guna mendapatkan pemecahan atau jawaban-jawaban tertentu terhadap masalah penelitian. Metode adalah suatu cara atau jalan yang ditempuh untuk mencapai suatu tujuan. Metode penelitian yang akan digunakan peneliti dalam penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Melalui penelitian, dapat diperoleh informasi, selanjutnya informasi yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah. Dalam hal ini metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif, dimana penelitian survei dilakukan untuk mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Menurut Sugiyono yang menyatakan bahwa “penelitian survei adalah penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data yang bersifat alamiah, dimana dalam penelitian ini data yang diperoleh menggunakan kuesioner sebagai alat penelitiannya” (Sugiyono, 2015).

Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel, dimana teknik pengambilan sampel dilakukan secara *random*, dengan pengambilan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan suatu keadaan berdasarkan fakta, populasi serta data-data yang telah dikumpulkan kemudian disusun secara sistematis dan dianalisis kemudian disimpulkan (Sugiyono, 2015). Penelitian deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah nomor satu yaitu bagaimana tanggapan konsumen mengenai *Online Customer Rating* di Toko Weeta.id, yang kedua yaitu bagaimana tanggapan konsumen mengenai *Online Customer Review* di Toko Weeta.id, dan yang ketiga yaitu bagaimana tanggapan konsumen mengenai Keputusan Pembelian di toko Weeta.id.

Sedangkan penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2015:20) adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui kebenaran mengenai hipotesis dengan statistik sebagai perhitungannya yang bertujuan mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Penelitian verifikatif yang digunakan dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang keempat yaitu seberapa besar pengaruh *Online Customer Rating* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian di toko Weeta.id.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Definisi variabel dan operasionalisasi variabel penelitian merupakan unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan rumusan masalah. Teori ini dipergunakan sebagai landasan atau alasan mengapa

suatu yang bersangkutan memang bisa mempengaruhi variabel terikat atau merupakan salah satu penyebab. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, variabel bebas (independen) yaitu *Online Customer Rating* (X_1), *Online Customer Review* (X_2) dan variabel terikat (dependen) yaitu Keputusan Pembelian (Y). Variabel-variabel tersebut kemudian dioperasionalkan berdasarkan dimensi, indikator, ukuran dan skala.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti yang dipelajari sampai diperoleh informasi kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas (Variabel independen) dan variabel terikat (variabel dependen). Dibawah ini merupakan pengertian variabel independen dan variabel dependen sebagai berikut

a. Variabel Independen

Variabel independen yaitu variabel yang mempunyai pengaruh atau variabel yang menjadi sebab timbulnya perubahan pada variabel lain. Adapun menurut Sugiyono (2015:61) menyatakan bahwa variabel independen atau disebut juga variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen atau terikat. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel independen adalah :

1. *Online Customer Rating* (X_1)

Menurut Lee & Shin (2014) *Online Customer Rating* adalah sebuah penilaian dalam bentuk bintang yang diberikan konsumen kepada sebuah toko

2. *Online Customer Review* (X2)

Menurut Halila dan Lantip (2020) *Online Customer Review* adalah adalah sebuah ulasan terkait evaluasi produk berdasarkan pengalaman berbelanja *online* yang diberikan pembeli kepada penjual.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Menurut Sugiyono (2015:61) variabel dependen atau disebut juga variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Menurut Kotler dan Keller (2008:184) bahwa keputusan pembelian adalah proses yang terdiri dari lima tahap dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel dibutuhkan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yang akan diteliti, yaitu *Online Customer Rating* (X1), *Online Customer Review* (X2) sebagai variabel independen atau variabel bebas, dan Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel dependen atau variabel terikat. Berikut dibawah ini merupakan tabel mengenai konsep dan indikator penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
<i>Online Customer Rating (X1)</i> <i>Online Customer Rating</i> adalah sebuah penilaian dalam bentuk bintang yang diberikan konsumen kepada sebuah toko Lee & Shin :2014	Kredibel	Dapat dipercaya	Tingkat kepercayaan	Ordinal	1
		Jujur	Tingkat kejujuran	Ordinal	2
	Keahlian	Profesional	Tingkat profesional	Ordinal	3
		Berguna	Tingkat kegunaan	Ordinal	4
	Menyenangkan	Menyenangkan	Tingkat kesenangan	Ordinal	5
		Menarik	Tingkat ketertarikan	Ordinal	6
		Kemungkinan membeli dari situs web tersebut	Tingkat kemungkinan membeli dari web tersebut	Ordinal	7
<i>Online Customer Review (X2)</i> <i>Online Customer Review</i> adalah sebuah ulasan terkait evaluasi produk berdasarkan pengalaman berbelanja <i>online</i> yang diberikan pembeli kepada penjual Halila dan Lantip (2020:235)	<i>Perceived usefulness</i>	<i>Dispersion</i>	Tingkat penyebaran	Ordinal	8
	<i>Perceived easy of use</i>	<i>Review sequences and review</i>	Tingkat ulasan	Ordinal	9
	<i>Intensity</i>	<i>Volume</i>	Tingkat volume	Ordinal	10
	<i>Valence of opinion</i>	<i>Valence</i>	Tingkat pendapat	Ordinal	11
Keputusan Pembelian (Y) Keputusan	Pilihan produk	Manfaat	Tingkat manfaat	Ordinal	12
		Jenis	Tingkat jenis	Ordinal	13
		Kualitas	Tingkat kualitas	Ordinal	14

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
Pembelian adalah proses yang terdiri dari lima tahap dimulai pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian Kotler dan Keller dalam Indrasari (2019:74)	Pilihan merek	Kepercayaan	Tingkat kepercayaan	Ordinal	15
		Popularitas	Tingkat popularitas	Ordinal	16
	Pilihan penyalur	Kemudahan	Tingkat kemudahan	Ordinal	17
		Ketersediaan	Tingkat ketersediaan	Ordinal	18
	Waktu pembelian	Rutinitas pembelian	Tingkat rutinitas dalam membeli	Ordinal	19
	Jumlah Pembelian	Jumlah kebutuhan	Tingkat jumlah kebutuhan	Ordinal	20

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2022)

3.3 Populasi dan Sampel

Pada sub bab populasi dan sampel akan menjelaskan variabel-variabel yang akan diteliti, rentang waktu penelitian dan metode pengambilan sampel yang digunakan. Populasi yang akan dijadikan unit analisis, sehingga kerangka *sampling* dapat berupa daftar elemen atau unit dalam populasi dari daftar peneliti akan mengambil unit sampel. Unit sampel merupakan elemen-elemen atau unit-unit dari populasi yang dijadikan sampel penelitian.

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen toko Weeta.id di Shopee. Menurut Sugiyono (2015) menyatakan bahwa :”Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas suatu objek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan kemudian ditarik

kesimpulannya.” Oleh karena itu sampel yang diambil dapat mewakili bagi populasi tersebut. Berdasarkan data yang diperoleh populasi dalam penelitian ini adalah konsumen toko Weeta.id yang melakukan pembelian melalui marketplace Shopee sebagai berikut:

Tabel 3.2
Data Jumlah Pembelian Toko Weeta.id yang Melakukan Pembelian Melalui Marketplace Shopee Januari-Desember 2022

No	Bulan	Jumlah Pembeli
1	Januari	149
2	Februari	148
3	Maret	136
4	April	147
5	Mei	128
6	Juni	138
7	Juli	146
8	Agustus	148
9	September	153
10	Oktober	135
11	November	124
12	Desember	126
Total		1.678
Rata-rata		140

Sumber: Toko Weeta.id (2022)

Berdasarkan tabel 3.2 menjelaskan bahwa jumlah penjualan toko Weeta.id pada *marketplace* Shopee selama periode Januari hingga Desember 2022 mengalami fluktuasi. Populasi yang akan diambil adalah jumlah konsumen yang membeli selama periode bulan Januari hingga Desember 2022 yaitu sebanyak $1.678/12 \text{ bulan} = 140$ orang. Jumlah tersebut dibagi 12 bulan karena berdasarkan data yang diperoleh dari toko Weeta.id.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah suatu cara yang dilakukan dengan pengambilan sampel yang benar-benar dengan keseluruhan objek penelitian. Menurut Sugiyono (2015:58) Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki

oleh suatu populasi. Teknik sampel dilakukan karena konsumen toko Weeta.id lebih dari 100, maka dari itu peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel. Dimana sampel yang diambil dapat mewakili populasi tersebut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan 10% (0,1)

Sampel yang masih dapat ditolerir atau digunakan sebanyak 10% jadi :

$$n = \frac{140}{1 + 140 (0,1)^2}$$

$$n = 58,33$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus slovin diatas, hasilnya yaitu 58,33 dengan tingkat kesalahan 10% maka peneliti simpulkan, bahwa sampel penelitian ini menggunakan 59 orang responden. Jadi alasan peneliti menggunakan 59 responden berdasarkan perhitungan slovin.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel bertujuan memudahkan peneliti dalam menentukan sampel yang akan diteliti. Teknik *sampling* pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2015:120) teknik *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap

unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis-jenis dari teknik *probability sampling* terdiri dari *Simple Random Sampling*, *Proportionate Stratified Random Sampling*, *Disproportionate Stratified Random Sampling*, *Cluster Sampling* dan *Sampling Sistematis*. Adapun teknik *probability sampling* yang digunakan adalah *Simple random sampling* atau disebut juga dengan *simple* (sederhana) adalah pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2015).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya, dan apa alat yang digunakan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*field research*)

Mengumpulkan data dengan melakukan survey lapangan yang ada hubungan dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, terdiri dari :

a. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti dan untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan yang terjadi pada perusahaan tersebut.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada responden, dalam hal ini konsumen toko Weeta.id di Shopee.. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang akan diteliti. Dimana materi pertanyaan mengenai *online customer rating*, *online customer review* dan keputusan pembelian pada konsumen toko Weeta.id.

2. Studi Kepustakaan (*Library research*)

Dalam studi kepustakaan peneliti dapat mengumpulkan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari sumber literatur. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder seperti jurnal, data pendapat, data pengunjung, buku-buku.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Teknik pengolahan data ini menguraikan metode-metode analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Metode analisis data sangat bergantung pada jenis penelitian dan metode penelitian. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data diikuti dengan pengujian hipotesis sementara.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas yang dilakukan untuk menguji ketepatan setiap item dalam mengukur instrumennya. Menurut Sugiyono (2015:363) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Oleh karena itu dikatakan valid ketika data yang

dilaporkan peneliti dengan data yang terjadi dilapangan sesuai. Menurut Sugiyono (2015:94) menyatakan item yang mempunyai korelasi positif dengan kriteria (skor total) serta korelasi yang tinggi pula menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Cara untuk mencari nilai validitas dari sebuah item adalah dengan mengkorelasikan skor item tersebut dengan total skor item-item dari variabel tersebut, apabila nilai korelasi diatas 0,3 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,3 maka dikatakan item tersebut kurang valid dan akan dikeluarkan dari kuesioner atau diganti dengan pernyataan perbaikan. Metode korelasi yang digunakan adalah Pearson Product Moment sebagai berikut :

1. Mendefinisikan secara operasional konsep yang diukur.
2. Melakukan uji coba skala pengukuran tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban
4. Menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product person* yaitu:

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi n = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor item instrumen

$\sum Y$ = Jumlah total skor jawaban

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum XY$ = Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

Angka yang diperoleh harus dibandingkan dengan standar nilai korelasi validitas, menurut Sugiyono (2015:99) nilai standar dari validitas adalah sebesar 0,3. Jika angka korelasi yang diperoleh lebih besar daripada nilai standar maka pertanyaan tersebut valid (signifikan).

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkenaan dengan konsistensi data dalam interval waktu tertentu. Instrumen yang memiliki reliabilitas dapat digunakan untuk mengukur secara berkali-kali dengan menghasilkan data yang sama (konsisten). Instrumen itu dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai kritis lebih 0,7. Menurut Sugiyono (2015:113) bahwa reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *cronbach's alpha*, yaitu rumus matematis yang digunakan untuk menguji tingkat reliabilitas ukuran. Berikut rumus reliabilitas *cronbach's alpha*.

$$r_{AB} = \frac{(n\sum AB) - (\sum A\sum B)}{\sqrt{(n(\sum A^2) - (\sum A)^2)(n(\sum B^2) - (\sum B)^2)}}$$

Keterangan :

r_{AB} = Korelasi *Pearson Product Moment*

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadrat skor belahan ganjil

Apabila korelasi 0,7 atau lebih maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup tinggi, namun sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah

0,7 maka dikatakan item tersebut kurang reliabel. Kemudian koefisien korelasinya dimasukan ke dalam rumus *Spearman Brown* yaitu :

$$r = \frac{2r_b}{1+r_b}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

r_b = Korelasi product moment antara belahan pertama dan kedua batas reliabilitas minimal 0,7.

Setelah di dapat nilai reliabilitasnya (r hitung) maka nilai tersebut dibandingkan dengan r tabel yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut :

Bila r hitung $\geq r$ tabel *Instrument* tersebut dikatakan reliabel.

Bila r hitung $\leq r$ tabel *Instrument* tersebut dikatakan tidak reliabel.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Metode analisis data aktivitas setelah sata dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah disajikan (Sugiyono, 2018:76).

Peneliti melakukan pengumpulan data, kemudian menggunakan kuesioner sebagai alat penelitian untuk memperoleh data dari elemen-elemen yang akan diteliti. Skala Likert digunakan untuk mengukur pandangan konsumen tentang

fenomena yang terjadi. Kemudian variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan digunakan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen dimana alternatifnya berupa pertanyaan atau pernyataan. Menurut Sugiyono (2018:98) menyatakan bahwa jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari mulai sangat positif sampai dengan sangat negatif.

Peneliti membuat pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk memperoleh data atau keterangan dari responden yaitu konsumen toko Weeta.id di Shopee tentang *Online Customer Rating*, *Online Customer Review* dan Keputusan Pembelian. Adapun alternatif jawaban dengan skala likert, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pernyataan alternatif, dimana alternatif jawaban diberikan sampai nilai 5 antara lain sebagai berikut :

Tabel 3.3
Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	S (Setuju)	4
3	KS (Kurang Setuju)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber : Sugiyono (2015:142)

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Dalam penelitian, penulis menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependennya untuk kemudian selanjutnya dilakukan pengklasifiasian terhadap jumlah total skor responden. Dari jumlah skor responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan.

Tahap analisis dilakukan sampai pada scoring dan indeks, dimana skor merupakan jumlah dari hasil perkalian setiap bobot nilai (1-5) frekuensi. Pada tahap selanjutnya skor dihitung dengan metode mean, yaitu membagi total skor dengan jumlah responden. Angka skor tersebut yang menunjukkan kesatuan tanggapan seluruh responden sebagai variabel penelitian.

$$\text{Nilai Jenjang Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

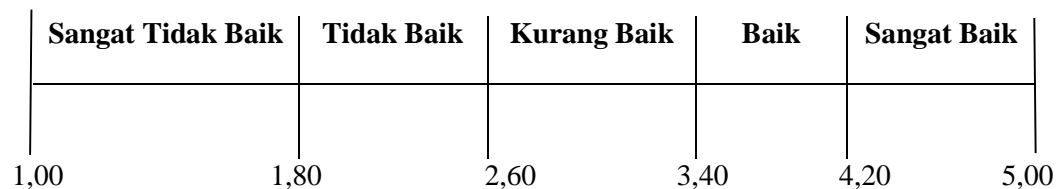
Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut :

Skor Minimum = 1

Skor Maksimum = 5

Interval = $5 - 1 = 4$

Rentang Skor = $(5 - 1) : 5 = 0,8$



Gambar 3.1
Garis Kontinum

Tabel 3.4
Kategori Skala

Skala		Kategori
1,00	1,80	Sangat Tidak Baik
1,81	2,60	Tidak Baik
2,61	3,40	Kurang Baik
3,41	4,20	Baik
4,21	5,00	Sangat Baik

Sumber : Sugiyono (2015:148)

3.6.2 Analisis Verifikatif

Penelitian ini menggunakan penelitian analisis verifikatif dimana untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat yang menggunakan perhitungan statistik. Yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Online Customer Rating* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian. Menurut Sugiyono (2018:56) analisis verifikatif adalah suatu penelitian yang digunakan untuk menguji teori dan penelitian yang menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini, ada beberapa metode statistik yang akan digunakan seperti Analisis Regresi Linier Berganda, Korelasi Berganda, Koefisien Determinasi.

3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2015:170) yang menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel atau beberapa variabel terhadap satu buah variabel. Dimana *Online Customer Rating* (X_1), *Online Customer Review* (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y). Dikatakan regresi linier berganda karena jumlah variabel yang diteliti lebih dari satu. Rumusnya adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

a = Bilangan Konstanta

X_1 = Variabel bebas (*Online Customer Rating*)

X_2 = Variabel bebas (*Online Customer Review*)

b_1 = Koefesien Regresi (*Online Customer Rating*)

b_2 = Koefesien Regresi (*Online Customer Review*)

ϵ = Kesalahan (*Error*)

3.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Uji ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana derajat kekuatan hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain yakni variabel X terhadap variabel Y. Rumus untuk mencari koefisien korelasi *Product Moment* adalah 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 *Product Moment*

X= Variabel Independen

Y= Variabel dependen

n = Jumlah Sampel

Untuk bentuk atau arah hubungan, nilai koefisien korelasinya dinyatakan dalam positif (+) dan negatif (-) atau $(-1 \leq Kk \leq + 1)$ dengan asumsi :

1. Jika koefisien korelasi bernilai positif maka variabel-variabel berkorelasi positif, artinya jika variabel yang satu naik atau turun maka variabel yang lainnya juga naik atau turun. Semakin dekat nilai koefisien korelasi ke +1 semakin kuat korelasi positifnya.
2. Jika koefisien korelasi bernilai negatif maka variabel-variabel berkorelasi

negatif, artinya jika variabel yang satu naik atau turun maka variabel lainnya juga naik turun. Semakin dekat nilai ke -1 semakin kuat korelasi negatifnya.

3. Jika koefisien korelasi bernilai negatif bernilai (0) nol maka variabel tidak menunjukkan korelasi.

Kemudian untuk mengetahui suatu pengaruh kuat atau tidaknya maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini, dimana angka korelasi berkisar antara -1 s/d 1. Semakin mendekati 1 maka korelasi semakin mendekati sempurna. Hubungan ataupun korelasi variabel yang diteliti dapat dilihat dengan menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2015:184). Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut :

Tabel 3.5
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2015:184)

3.6.2.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varian dari variabel terikatnya. Analisis koefisien determinasi yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan variabel X dengan Y. Secara sederhana, koefisien determinasi mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap naik turunnya variasi nilai variabel dependen. Adapun rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

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

Dimana :

Kd = Seberapa besar perubahan variabel terikat

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

- a. Jika Kd mendekati nol (0), maka pengaruh variabel independen terhadap dependen lemah.
- b. Jika Kd mendekati (1), maka pengaruh variabel independen terhadap dependen kuat.

3.6.2.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Online Customer Rating* dan *Online Customer Review* terhadap proses keputusan pembelian, baik secara simultan maupun parsial. Uji hipotesis menurut Sugiyono (2015:196) menyatakan bahwa “hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dinyatakan jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.”

Langkah-langkah dalam menguji hipotesis ini dinilai dengan penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), penetapan nilai uji statistik dan tingkat signifikan serta kriteria. Rumus hipotesis sebagai jawaban sementara yang

akan diuji dan dibuktikan kebenarannya, adapun pengujian hipotesis parsial dan hipotesis simultan, sebagai berikut:

a) Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

1. Hipotesis 1

$H_0 : b_1 = 0$, Artinya tidak terdapat pengaruh variabel *Online Customer Rating* (X1) terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y).

$H_0 : b_1 \neq 0$, Artinya terdapat pengaruh variabel *Online Customer Rating* (X1) terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y).

2. Hipotesis 2

$H_0 : b_1 = 0$, Artinya tidak terdapat pengaruh variabel *Online Customer Review* (X2) terhadap Proses Keputusan pembelian (Y).

$H_0 : b_1 \neq 0$, Artinya terdapat pengaruh variabel *Online Customer Review* (X2) terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y).

Untuk menguji hipotesis parsial maka dapat dilakukan pengujian yang digunakan adalah uji t dengan rumus sebagai berikut :

$$t = r \frac{\sqrt{n-k-1}}{1-r^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

r = Nilai Korelasi Parsial

k = Jumlah Variabel Independen

Pengujian uji t kemudian hasil hipotesis t hitung dibandingkan dengan t tabel, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

b) Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

1. Hipotesis 3

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$, Artinya tidak terdapat pengaruh variabel *Online Customer Rating* (X1) dan *Online Customer Review* (X2) terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y).

$H_0 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$, Artinya terdapat pengaruh variabel *Online Customer Rating* (X1) dan *Online Customer Review* (X2) terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y).

Menunjukkan tingkat signifikan, yaitu 5% atau 0,05 dan derajat bebas (db) = $n-k-1$, untuk mengetahui daerah F hitung untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak signifikan, yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / K}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan K = Banyaknya variabelbebas

n = Ukuran Sampel

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan $F_{tabel} (n-k-1)$

Dari perhitungan tersebut akan diperoleh distribusi F dengan pembilang K dan penyebut dk ($n-k-1$) dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel} \rightarrow H_a$ diterima (signifikan)
2. Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel} \rightarrow H_a$ ditolak (tidak signifikan)

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang di operasionalisasikan ke dalam bentuk pernyataan. Penyusunan kuesioner ini dilakukan dengan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden sesuai dan penting. Dimana kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel *Online Customer Rating*, *Online Customer Review*, dan Proses Keputusan Pembelian. Kuesioner ini bersifat tertutup, sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel penelitian dimana responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan dengan berpedoman pada skala *Likert*.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun untuk lokasi penelitian ini dilakukan yaitu melalui aplikasi Shopee, dimana dengan meneliti salah satu toko yang ada di Shopee yaitu toko Weeta.id. Penelitian ini mulai dilakukan pada bulan mei 2022. Penelitian ini meliputi proposal penelitian, seminal usulan penelitian sampai dengan seminar hasil penelitian.