

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Definisi Konsep**

##### **1. Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian adalah perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler & Armstrong, 2016).

##### **2. *Online Customer Review***

*Online Customer Review* adalah salah satu jenis *e-WOM* yang melibatkan pernyataan positif atau negatif yang dibuat oleh konsumen dan ahli mengenai suatu produk atau layanan (Schepers, 2015).

##### **3. Kemudahan Penggunaan**

Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai keyakinan seseorang bahwa mereka dapat menggunakan teknologi tanpa banyak usaha (Wicaksono, 2022).

##### **4. Promosi**

Promosi adalah cara yang dilakukan oleh perusahaan atau penjual untuk berkomunikasi dengan pasar atau calon pembeli dengan menyampaikan informasi mengenai manfaat barang atau jasa yang ditawarkan serta meyakinkan konsumen untuk melakukan pembelian (Kotler, 2009).

## **B. Definisi Operasional**

### **1. Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler & Amstrong (2016) indikator dari keputusan pembelian yaitu:

1. Pilihan produk
2. Pemilihan merek
3. Pilihan penyalur
4. Waktu pembelian
5. Jumlah pembelian
6. Metode pembayaran

### **2. Online Customer Review**

Menurut Schepers (2015) indikator dari online customer review yaitu:

1. Kualitas argumen
2. Volume
3. Valensi
4. Ketepatan waktu
5. Kredibilitas sumber

### **3. Kemudahan Penggunaan**

Menurut Wicaksono (2022) indikator dari kemudahan penggunaan yaitu:

1. Mudah dipelajari
2. Mudah digunakan

3. Ketersediaan dukungan teknis
4. Ketersediaan sumber daya

#### **4. Promosi**

Menurut Kotler (2009) indikator dari kemudahan penggunaan yaitu:

1. Jangkauan promosi
2. Daya tarik promosi
3. Kualitas komunikasi pesan
4. Jumlah iklan yang ditayangkan di media promosi

#### **C. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, yaitu merupakan suatu cara yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian yang berkaitan dengan data berupa angka dan program statistik (Wahidmurni, 2017). Menurut Sugiyono (2020) metode penelitian kuantitatif bisa diartikan menjadi metode penelitian yang berlandaskan di filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti di populasi atau sampel tertentu.

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data yang diperlukan penulis adalah sebagai berikut:

1. Data Primer, yaitu data yang didapatkan atau diperoleh dengan penyebaran kuesioner.

2. Data Sekunder, yaitu data yang didapatkan atau diperoleh dari berbagai sumber seperti buku dan jurnal ilmiah yang terkait dengan penelitian ini.

#### **E. Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2020) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah masyarakat umum yang pernah bertransaksi dalam pembelian makanan di ShopeeFood.

Menurut Sugiyono (2020) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*, dengan metode *purposive sampling*. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian makanan di ShopeeFood dalam enam bulan terakhir, memiliki akun Shopee, dan berusia minimal 17 tahun.

Jumlah sampel mengacu pada rumus (Hair et al., 2014) yang menyatakan jumlah sampel minimal adalah 5 sampai 10 kali jumlah indikator. Dalam penelitian ini jumlah indikator 19, sehingga jumlah

minimal sampel adalah  $19 \times 5 = 95$  responden. (6 indikator keputusan pembelian, 5 indikator *online customer review*, 4 indikator kemudahan penggunaan, 4 indikator promosi).

## **F. Metode Pengumpulan Data**

### **1. Studi Pustaka**

Menurut Sugiyono (2020), studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, hal ini dikarenakan penelitian tidak lepas dari literatur-literatur ilmiah. Dalam penelitian ini, studi kepustakaan yang diperoleh digunakan sebagai teori dasar, referensi penelitian terdahulu mengenai Pengaruh *Online Customer Review*, Kemudahan Penggunaan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Makanan di ShopeeFood.

### **2. Kuesioner**

Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, dimana jawaban sudah tersedia sehingga responden tidak dapat menambahkan jawaban lain dan memudahkan pengolahan data.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala Likert. Pengukuran skala Likert menggunakan lima kategori dan masing-masing akan diberi bobot yang berbeda.

Instrumen penelitian ini menggunakan skala Likert dengan lima pilihan yaitu:

“Sangat Setuju (SS)”	: 5
“Setuju (S)”	: 4
“Netral (N)”	: 3
“Tidak Setuju (TS)”	: 2
“Sangat Tidak Setuju (STS)”	: 1

## **G. Metode Analisis Data**

### **1. Uji Instrumen**

#### **a. Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2020) uji validitas menunjukkan tingkat keakuratan antara data yang benar-benar terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya data yang diperoleh dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlations*) dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan pengujian menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi yaitu 0,05. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid.

## **b. Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2020) menyatakan bahwa pengujian reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan benda yang sama akan menghasilkan data yang sama. Suatu variabel dikatakan baik apabila mempunyai nilai Cronbach's Alpha > dari 0,60 (Priyatno, 2013). Variabel dinyatakan reliabel dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,6 maka reliabel
- b. Apabila nilai Cronbach's Alpha < 0,6 maka tidak reliabel

## **2. Uji Asumsi Dasar (Uji Normalitas)**

Menurut Wuladari et al., (2020) uji normalitas dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan pada variabel *Online Customer Review* (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), Promosi (X3), Keputusan Pembelian (Y). Pengujian normalitas data penting dilakukan karena data yang berdistribusi normal dianggap dapat mewakili populasi dalam penelitian. Dalam penelitian uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan program SPSS. Menurut Wuladari et al., (2020) kurva nilai residual terstandarisasi dikatakan normal jika: nilai Kolmogorov-Smirnov  $Z < Z_{tabel}$ ; atau menggunakan nilai *Probability Sig (2 tailed)* > 0,05.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016) uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi, model pengujian yang bisa digunakan yaitu dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan  $VIF < 10$ , berarti tidak terdapat multikolinearitas. Jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan  $VIF > 10$  maka terdapat multikolinearitas pada data.

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016) Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari tingkat signifikansinya, jika nilai signifikansi  $> 5\%$  maka data terbebas dari heteroskedastisitas.

### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah jenis model regresi linear yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Menurut Sugiyono (2020), analisis regresi berganda digunakan ketika peneliti ingin memprediksi perubahan pada variabel dependen berdasarkan dua

atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor. Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Persamaan Regresi Linear Berganda dapat dinyatakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y : Variabel dependen
- X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub> : Variabel independen
- A : Konstanta
- b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub> : Koefisien regresi
- e : Standar *error*

#### 5. Uji *Goodness of Fit* (Uji F)

Menurut Ghazali (2016), uji *goodness of fit* (uji kelayakan model) adalah pengujian untuk mengetahui ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual secara statistik. Model Regresi dinyatakan *fit* jika nilai Sig < 0,05.

#### 6. Uji Hipotesis (Uji t)

Ghozali (2016) menyatakan bahwa uji t digunakan untuk mengukur pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai Sig. < 0,05 dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh secara signifikan variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai sig tepat diangka 0,05 maka untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel

dependen bisa menggunakan perbandingan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ .

Kriteria pengujian hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka hipotesis diterima.
- 2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka hipotesis ditolak.

#### **7. Koefisien Determinasi (*Adjusted R-squared*)**

Menurut Ghozali (2016) koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai  $r^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.