

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menerapkan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan suatu metode untuk memperoleh pengetahuan dengan menggunakan data berbentuk angka sebagai alat untuk menganalisis informasi terkait hal yang ingin diketahui. Metode ini melibatkan pengumpulan data yang banyak berorientasi pada angka-angka.⁶² Pendekatan kuantitatif biasanya digunakan ketika tujuan penelitian sudah jelas, untuk mendapatkan informasi yang luas dari suatu populasi, serta ketika peneliti memerlukan data yang akurat yang didasarkan pada fenomena yang dapat diukur secara empiris.

Pendekatan kuantitatif dipilih oleh peneliti karena penelitian ini menjelaskan Pengaruh *Online Customer Review* dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow di Tiktok Shop.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Arikunto mendefinisikan populasi sebagai keseluruhan suatu objek di dalam penelitian yang dialami dan juga dicatat segala bentuk yang ada di lapangan. Dapat disimpulkan bahwa populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan elemen dalam penelitian meliputi objek dan subjek dengan

⁶² Technique Of, "Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif (" II, no. September (2014): 86–100.

ciri-ciri dan karakteristik tertentu..⁶³ Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Gen Z yang belanja di Tiktok Shop yang tidak diketahui jumlahnya di Kota Padang.

2. Sampel

Sampel adalah sekelompok elemen yang dipilih dari kelompok yang lebih besar dengan harapan mempelajari kelompok yang lebih kecil ini (sampel) akan mengungkapkan informasi penting tentang kelompok yang lebih besar (populasi).⁶⁴

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁶⁵ Beberapa responden yang digunakan untuk memilih sampel telah ditentukan adalah sebagai berikut :

- a. Responden merupakan Gen Z, yang berarti lahir diantara tahun 1995-2010.
- b. Pengguna produk Glad2Glow.
- c. Responden memiliki aplikasi Tiktok.
- d. Responden berdomisili di Kota Padang.

⁶³ I Made Dwi Mertha Adnyana, "Populasi Dan Sampel," *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* 14, no. 1 (2021): 103–116.

⁶⁴ Deri Firmansyah and Dede, "Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review," *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* 1, no. 2 (2022): 85–114.

⁶⁵ P D Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Penerbit Alfabeta, Bandung" (2013).

- e. Responden yang pernah membaca review produk Glad2Glow di TikTok Shop.

Dalam penelitian ini, penentuan ukuran sampel didasarkan pada metode perhitungan hair. Metode ini menetapkan bahwa jumlah sampel setidaknya lima kali dari total item variabel yang digunakan atau sepuluh kali dari total item variabel. Dalam penelitian ini, terdapat 13 item variabel, sehingga jumlah sampel adalah $13 \times 5 = 65$ sedangkan batas maksimum adalah $13 \times 10 = 130$ responden. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk menggunakan 130 responden dalam penelitian ini.⁶⁶

C. Variabel Penelitian

Penelitian kuantitatif melibatkan penggunaan dua atau lebih variabel, dengan variabel-variabel yang terlibat disusun secara sistematis dan dianalisis secara statistik :

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*) (X)

Variabel bebas adalah faktor yang memiliki pengaruh atau menjadi penyebab perubahan atau kemunculan faktor lain. Untuk variabel bebasnya yaitu *online customer review*.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*) (Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang terpengaruh atau dipengaruhi oleh variabel bebas yang ada, sedangkan untuk variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian.

⁶⁶ Habibah Muharmi, Dan Dessy, and Kurnia Sari, "Pengaruh Service Quality, Food Quality, Dan Perceived Value Terhadap Consumer Satisfaction Dan Behavioral Intentions," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 5, no. 2 (2019): 193–203.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	<i>Online Customer Review</i> (X1)	Persepsi harga adalah pandangan atau persepsi mengenai harga bagaimana pelanggan memandang harga tertentu (tinggi, rendah, wajar) mempengaruhi pengaruh yang kuat terhadap maksud membeli dan kepuasan membeli. ⁶⁷	1. <i>Argument quality</i> (kualitas argument) 2. <i>Perceived usefulness</i> (manfaat yang dirasakan) 3. <i>Source credibility</i> (kredibilitas sumber) 4. <i>Valance</i> (valensi) 5. <i>Quantity of review</i> (kuantitas ulasan)	Likert
2	Persepsi Harga (X2)	keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya. ⁶⁸	1. <i>Affordability of price</i> (keterjangkauan harga) 2. <i>Prices according to price</i> (perbandingan harga dengan pesaing) 3. <i>Price match with quality</i> (kesesuaian harga dengan kualitas) 4. <i>Price matches benefits</i> (kesesuaian harga dengan manfaat).	Likert
3.	Keputusan Pembelian (Y)	<i>Online Customer Review</i> merupakan suatu bentuk penilaian yang diberikan oleh konsumen sebelumnya atas informasi dari penilaian suatu produk dalam berbagai macam aspek, sehingga konsumen	1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk 2. Memutuskan membeli merek yang paling disukai	Likert

⁶⁷ Palelu, Tumbuan, and Jorie, "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang."

⁶⁸ Paujiah, Kosim, and Gustiawati, "Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian."

		dapat mengetahui kualitas dari suatu produk. ⁶⁹	3. Membeli karna sesuai keinginan dan kebutuhan 4. Membeli karna mendapat rekomendasi dari orang lain	
--	--	--	--	--

D. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dilakukanya penelitian. pemilihan lokasi bertujuan untuk mengidentifikasi dan memfokuskan objek penelitian, sehingga permasalahan dapat dibatasi dengan lebih jelas. Studi ini dilakukan di Kota Padang, yang terletak di provinsi Sumatera Barat.

Waktu penelitian adalah saat dimana kegiatan penelitian berlangsung. Penentuan waktu dimaksud untuk mempermudah dan memperjelas kapan waktu pelaksanaan kegiatan penelitian, sehingga penelitian tidak terlalu lama atau melebihi waktu yang ditetapkan.

E. Sumber Data

Data primer adalah jenis data yang diperoleh melalui penggunaan instrumen atau alat kuesioner (angket), yang terdiri dari daftar pertanyaan-pertanyaan yang disusun secara tertulis. Pertanyaan-pertanyaan ini didasarkan pada indikator yang berasal dari teori dasar dan penelitian sebelumnya.

F. Teknik Pengumpulan Data

Instrument pengumpulan data ini menggunakan kuesioner. kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk

⁶⁹ Riyanjaya and Andarini, "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Wardah Di Situs Belanja Online Shopee."

dijawabnya.⁷⁰ Pengukuran dalam penelitian ini dilakukan menggunakan skala likert.

Tabel 3.2 Penetapan Skala Likert

No.	Jawaban	Keterangan	Skor
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

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah merupakan upaya yang dilakukan untuk mengklasifikasi dan mengelompokkan data. Pada tahap ini dilakukan upaya mengelompokkan, menyamakan data yang sama dan membedakan data yang memang berbeda, serta menyisihkan pada kelompok lain data yang serupa, tetapi tidak sama. Dalam rangka pengklasifikasian dan pengelompokkan data tertentu harus didasarkan pada apa yang menjadi tujuan penelitian.⁷¹

Pada penelitian ini, analisis data dilakukan dengan alat regresi linear berganda, yang pengolahan datanya menggunakan *Software* SPSS. Dengan cara memasukkan hasil dari operasionalisasi variabel yang akan diuji. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah⁷² :

⁷⁰ Rika M. Yusuf, Rita N. Taroreh, and Genita G. Lumintang, "Terhadap Kinerja Karyawan Pada Cv . Indospice Di Manado the Influence of Employee Engagement , Workload , and Job Satisfaction of the Employee Performance At Cv . Indospice in Manado," *Jurnal Emba* 7, no. 4 (2019): 4787–4797.

⁷¹ Ahmad and Muslimah, "Memahami Teknik Pengolahan Dan Analisis Data Kualitatif," *Proceedings* 1, no. 1 (2021): 173–186.

⁷² Faisal Hardiansyah, "Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar," *Nucleic Acids Research* 6, no. 1 (2018): 1–7.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel yang diteliti.

Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau r hitung $\geq 0,30$. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,30, maka butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini menguji valid tidaknya pernyataan dengan menggunakan program komputer Excel Statistic Analysis dan SPSS.

2. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Dalam penelitian ini menguji reliabel tidaknya pernyataan dengan menggunakan program komputer Excel Statistic Analysis dan SPSS. Realibitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai r hitung $\geq 0,361$.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan terhadap model lebih dari satu variabel bebas, untuk mengetahui sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel terikat. Persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

a = Bilangan Konstanta

b₁ = Koefisien regresi *Online Customer Review*

b₂ = Koefisien regresi Persepsi Harga

X₁ = *Online Customer Review*

X₂ = Persepsi Harga

e = Faktor Kesalahan

H. Uji Hipotesis

1. Uji F (Uji Simultan)

Uji f digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh *Online Customer Review* dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai Fhitung dengan Ftabel pada derajat kesalahan 5% ($\alpha = 0,05$). Apabila Fhitung > dari nilai Ftabel, maka variabel bebasnya secara simultan memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat.

2. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel X₁ dan X₂ secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y. Apabila nilai t hitung $\geq$ nilai t tabel dengan tingkat signifikan 5% ($\alpha = 0,05$), itu berarti kita menerima hipotesis

alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Uji ini dapat sekaligus digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen tersebut yang mempengaruhi variabel dependen, dengan melihat nilai-nilai t masing-masing variabel. Berdasarkan nilai t , maka dapat diketahui variabel independen mana yang dominan mempengaruhi variabel dependen. Uji t juga dikenal dengan uji hipotesis, hipotesis dibagi dalam dua jenis, Hipotesis null (H_0) adalah pernyataan dalam penelitian yang menyatakan tidak adanya hubungan, pengaruh, atau perbedaan antara variabel yang diteliti. Hipotesis ini digunakan sebagai dasar untuk pengujian statistik, dan dianggap benar sampai ada bukti kuat yang cukup untuk menolaknya. Hipotesis alternatif (H_a) adalah pernyataan dalam penelitian yang menyatakan adanya hubungan, pengaruh, atau perbedaan antara variabel yang diteliti. H_a adalah hipotesis yang ingin dibuktikan dalam penelitian, dan biasanya menjadi fokus utama dalam analisis data. Berdasarkan penelitian terdahulu maka yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- Ha1 : *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- Ho1 : *Online Customer Review* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- Ha2 : Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ho2 : Persepsi Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ha3 : *Online Customer Review* dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ho3 : *Online Customer Review* dan Persepsi Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

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

Dimana :

KD = Koefisien Determinasi

R^2 = Kuadrat Koefisien Kolerasi

Data yang berhasil dikumpulkan, kemudian akan diolah dengan metode regresi berganda, untuk menguji pengaruh variabel independen (variabel bebas) yaitu *Online Customer Review* dan Persepsi Harga terhadap variabel dependen (variabel terikat) yaitu Keputusan Pembelian dalam pembelian produk.