

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis studi yang dilakukan adalah studi korelasional dengan pendekatan yang bersifat kuantitatif. Metode kuantitatif dalam penelitian berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk menganalisis populasi atau sampel tertentu, dan pengumpulan data dilakukan melalui alat penelitian, sedangkan analisis data dilakukan secara kuantitatif atau dengan pendekatan statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2019).

Desain penelitian yang digunakan adalah desain korelasional *bivariat*, yaitu desain penelitian yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan serta tingkat hubungan antara dua variabel yang diteliti (Rahmadi, 2011). Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk menyelidiki hubungan antara *review* pembeli dan minat beli *e-commerce Shopee* di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Padang.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Terdapat variabel yang akan diukur dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel *Independent*

Variabel *independent* sering disebut sebagai variabel bebas (x). Variabel bebas (x) merupakan suatu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2019). Variabel bebas penelitian ini, yaitu *review* pembeli.

2. Variabel *Dependent*

Variabel *dependent* sering disebut sebagai variabel terikat (y). Variabel terikat (y) merupakan suatu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Variabel terikat penelitian ini, yaitu minat beli.

C. Definisi Konseptual Variabel Penelitian

Definisi konseptual merupakan penjelasan mengenai pemahaman yang disusun oleh peneliti terhadap variabel atau konsep yang akan diukur, diteliti, dan diambil datanya, sehingga mempermudah peneliti dalam menerapkan konsep tersebut (Azwar, 2017). Dalam penelitian ini, variabel yang dipilih adalah sebagai berikut:

1. *Review* Pembeli

Review pembeli adalah sebuah cara komunikasi antarpribadi mengenai fitur, penggunaan, serta penilaian terhadap produk atau layanan yang dilakukan oleh konsumen berdasarkan pengalaman sendiri. Dari sudut pandang psikologi, *review* ini menggambarkan proses kognitif dan emosional konsumen yang berperan sebagai referensi sosial bagi orang lain dalam menilai pilihan produk (Hennig-Thurau et al., 2004).

2. Minat Membeli

Minat membeli merupakan kecenderungan perilaku konsumen untuk melaksanakan tindakan membeli atau mengambil keputusan untuk memiliki produk tertentu yang didorong oleh motivasi, kebutuhan, dan persepsi mengenai nilai produk tersebut. Minat membeli mencerminkan rencana mental seseorang untuk melakukan tindakan nyata di masa yang akan datang setelah melewati proses penilaian terhadap informasi dan pengaruh sosial yang diterima (Schiffman & Kanuk, 2010).

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *E-commerce shopee* mahasiswa Universitas Negeri Padang.

2. Sampel

Sampel didefinisikan sebagai representasi dari totalitas jumlah serta karakteristik yang melekat pada suatu populasi (Sugiyono, 2019). Mengingat jumlah pasti populasi dalam penelitian ini tidak dapat diidentifikasi secara eksplisit, peneliti menerapkan rumus Cochran dalam proses penentuan ukuran sampelnya. Penggunaan formula ini merujuk pada panduan Sugiyono (2019) sebagai solusi

metodologis untuk menghitung kebutuhan sampel pada populasi yang bersifat tidak terbatas atau tidak diketahui jumlahnya secara pasti.

RUMUS

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

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

$$n = 385$$

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*) = 5% = 0,05

Berdasarkan rumus tersebut, maka sampel penelitian adalah sebanyak 385 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus Cochran adalah karena populasi sasaran terlalu besar dengan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlahnya.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang representatif bagi populasi yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga generalisasi pada kesimpulan penelitian akurat (Azwar, 2017). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang / kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2019). Teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah metode *sampling insidental*. *Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2019).

E. Instrumen Penelitian

1. Jenis Instrumen

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati, semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2019). Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala konformitas dan skala perilaku konsumtif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala dalam pengumpulan data adalah skala likert (*likert scale*). Menurut Sugiyono (2019), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti,

yang disebut dengan variabel penelitian. Kuesioner / angket dengan skala likert disusun dengan empat alternatif jawaban bertingkat, sehingga mudah dijawab oleh responden. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, berupa sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS).

Tabel 3.1

Tabel Penilaian Skala Likert

Respon Pernyataan	Favorable	Unfavorable
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

2. Skala *Review* Pembeli

Dalam penelitian ini, variabel *review* online diukur menggunakan skala persepsi *review* elektronik yang disusun berdasarkan model skala Likert empat tingkat. Instrumen ini dikembangkan mengacu pada indikator dalam kerangka Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) dan dimodifikasi dari skala syahbani (2025) serta diadaptasi untuk mengukur pembentukan sikap dan norma subjektif konsumen di platform digital. Skala tersebut terdiri dari butir pernyataan yang mencakup opini, pengalaman, dan evaluasi produk dengan pilihan jawaban mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Penggunaan lima kategori jawaban ini bertujuan untuk menangkap gradasi persepsi responden secara akurat terhadap informasi visual dan sosial yang

tersedia, sehingga mampu menjelaskan pengaruh *review* tersebut terhadap keputusan pembelian secara komprehensif..

Tabel 3.2

Blue Print Review Pembeli

Aspek		Aitem Favoriable	Aitem Unfavoriable	Jumlah Aitem
Manfaat	yang	1	2	2
Dirasakan				
Kredibilitas		3	4	2
Sumber				
Kualitas Argumen		5	6	2
Valensi	(Arah	7	8	2
<i>Review</i>)				
Jumlah <i>Review</i>		9	10	2
		Jumlah		10

3. Skala Minat Beli

Dalam penelitian ini, variabel minat beli diukur menggunakan skala minat membeli secara online yang disusun berdasarkan model skala Likert. Instrumen ini dikembangkan mengacu pada indikator yang dikemukakan oleh Tjiptono (2007) serta dimodifikasi dari skala milik Susmiyanti (2020). Skala tersebut terdiri dari butir pernyataan favoriable dan unfavoriable dengan empat pilihan jawaban tanpa kategori netral. Peniadaan jawaban netral bertujuan untuk mendorong responden memberikan jawaban yang lebih tegas serta menghindari kecenderungan jawaban yang mengelompok di tengah, sehingga validitas data yang diperoleh tetap terjaga.

Tabel 3.3
Blue Print Minat Beli

Aspek	Aitem Favoriable	Aitem Unfavoriable	Jumlah Aitem
Minat transaksional	1, 3, 5, 7	2, 4, 6, 8	8
Minat referensial	9, 11, 14	10, 12, 13, 15	7
Minat preferensial	16, 18, 20, 22	17, 19, 21, 23	8
Minat eksploratif	24, 28	25, 26, 27	5
Jumlah			28

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Azwar (2022), validitas merujuk pada ketepatan sebuah instrumen ukur dalam menjalankan fungsinya. Sebuah tes dianggap mempunyai tingkat validitas yang tinggi jika data yang dihasilkan mampu merefleksikan variabel yang diteliti secara akurat dan sejalan dengan tujuan awal pengukuran tersebut.

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan *Corrected Item-Total Correlation*, diketahui bahwa seluruh item pada skala review pembeli memiliki koefisien validitas berkisar antara 0,710 sampai dengan 0,765. Sementara itu, pada skala minat membeli diperoleh koefisien validitas berkisar antara 0,317 sampai dengan 0,705. Mengacu pada kriteria yang dikemukakan Azwar (2022), item dinyatakan valid apabila memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* $\geq 0,30$. Dengan demikian, seluruh item pada kedua skala dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Reliabilitas

Azwar (2022) menekankan bahwa reliabilitas berkaitan dengan keandalan suatu instrumen. Sebuah alat ukur dianggap bermutu tinggi jika mampu menunjukkan hasil yang konsisten saat digunakan untuk mengukur berbagai kelompok subjek yang berbeda. Koefisien reliabilitas berada pada rentang 0 sampai 1,00, di mana semakin mendekati angka 1,00 maka reliabilitas akan semakin tinggi. Sebuah instrumen dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6$ atau *Composite Reliability* $\geq 0,7$.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*, diperoleh koefisien reliabilitas sebesar 0,854 pada skala *Review Pembeli* dan 0,926 pada skala *Minat Membeli*. Menurut Azwar (2022), instrumen dikatakan memiliki reliabilitas yang baik apabila nilai koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00. Dengan demikian, kedua instrumen dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Seluruh data yang telah dihimpun akan diproses melalui analisis statistik. Muhadjir (2000) mendefinisikan analisis data sebagai sebuah proses sistematis dalam mencari dan menyusun hasil pengamatan, wawancara, serta temuan lapangan lainnya. Hal ini dilakukan guna memperjelas pemahaman peneliti terhadap fenomena yang dikaji. Proses analisis ini idealnya dimulai secara intensif

bersamaan dengan periode pengumpulan data untuk memastikan seluruh informasi di lapangan terjaring sepenuhnya.

Untuk menguji keterkaitan antara variabel *independen* dan variabel *dependen*, penelitian ini menerapkan teknik Korelasi *Pearson*. Merujuk pada Sugiyono (2019), teknik ini berfungsi untuk mengukur derajat kekuatan hubungan atau korelasi antar variabel tersebut. Analisis data menggunakan beberapa tahapan, yaitu:

- a. Uji Normalitas, sesuai dengan teori Sugiyono (2019), pengujian ini bertujuan untuk memverifikasi apakah model regresi pada variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi data yang normal atau tidak.
- b. Uji Linearitas, langkah ini digunakan untuk menentukan apakah hubungan antara kedua variabel yang diteliti bersifat linear, sehingga dapat dilanjutkan ke prosedur analisis statistik berikutnya (Sugiyono, 2019).
- c. Uji Hipotesis, penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana yang diolah melalui aplikasi SPSS for Windows. Dasar pengambilan keputusan merujuk pada nilai signifikansi; apabila nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), maka dinyatakan terdapat kontribusi yang signifikan antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen*.