

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang harus diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Yang dimaksud dengan cara ilmiah ialah penelitian harus berdasarkan ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian yang dilakukan harus masuk akal sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara yang dilakukan dapat diamati oleh indera manusia, sehingga cara-cara yang digunakan dapat diketahui dan diamati oleh orang lain. Sistematis artinya proses yang dilakukan dalam penelitian menggunakan Langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.<sup>70</sup>

Metode penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>71</sup>

Rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian penulis menggunakan rumusan masalah asosiatif. Rumusan masalah asosiatif

---

<sup>70</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...* hlm. 3

<sup>71</sup> Ibid, hlm. 854

adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.<sup>72</sup> Penelitian ini menggunakan hubungan kausal untuk menghubungkan antar variabel. Hubungan kasual adalah hubungan yang bersifat sebab akibat.

## B. Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau suatu nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya boleh menggunakan sampel.<sup>73</sup>

Macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:<sup>74</sup>

### 1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut dengan variabel *stimulus, predictor, antecedent*. Dalam Bahasa Indonesia variabel ini disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel ini dinyatakan dengan X.

Dalam penelitian ini variabel independennya adalah:

#### a. *Customer Review* (X1)

*Customer Review* atau ulasan konsumen adalah ulasan/penilaian konsumen terhadap suatu produk.

---

<sup>72</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013). hlm.92

<sup>73</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: ALFABETA, 2013), hal. 59

<sup>74</sup> Ibid, hal. 59

Operasional variabel dari variabel ini dijabarkan dalam tabel berikut:

**Tabel 3. 1 Operasional Variabel *Customer Review***

<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<i>Customer Review</i> (X1)	Materi ulasan/ <i>Review</i>	1. Kejelasan ulasan 2. Ulasan menarik	<i>Likert</i>
	Rating	1. Rating menggambarkan kepercayaan 2. Rating menggambarkan kualitas	<i>Likert</i>
	Sumber ( <i>customer</i> )	1. Pengetahuan <i>customer</i> 2. Pengalaman <i>customer</i> 3. Keaslian <i>review</i>	<i>Likert</i>

b. *Sales Promotion* (X2)

*Sales Promotion* merupakan persepsi konsumen mengenai strategi marketing yang digunakan perusahaan untuk menarik konsumen.

Operasional variabel dari variabel ini dijabarkan dalam table berikut:

**Tabel 3. 2 Operasional Variabel *Sales Promotion***

<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<i>Sales Promotion</i> (X <sub>2</sub> )	<i>Kupon/voucher</i>	1. Tingkat pemberian kupon 2. Ketertarikan konsumen terhadap kupon	<i>Likert</i>
	<i>Discount/Potongan harga</i>	1. Tingkat penawaran diskon	<i>Likert</i>
	Harga paket / <i>Harga bundling</i>	1. Tingkat pemberian harga paket 2. Variasi harga paket	<i>Likert</i>

## 2. Variabel Dependen

Variabel ini disebut dengan variabel output, kriteria, konsekuen atau dalam Bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel ini dinyatakan dengan Y. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Keputusan pembelian adalah pembelian akhir yang dilakukan oleh konsumen setelah melalui berbagai pertimbangan. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh usaha penjual dalam memasarkan suatu produk ke konsumen.

Operasional variabel dari variabel ini dijabarkan dalam tabel berikut:

**Tabel 3. 3 Operasional Variabel Keputusan Pembelian**

<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Masalah	Identifikasi kebutuhan	<i>likert</i>
	Pencarian Informasi	1. Mencari informasi harga produk yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan 2. Mencari informasi kualitas dan spesifikasi produk 3. Mengetahui kelebihan produk	<i>likert</i>
	Evaluasi Alternatif	Menentukan alternative pilihan produk	<i>likert</i>
	Pembelian	Melakukan transaksi atau pembayaran	<i>likert</i>
	Pasca Pembelian	1. Kepuasan setelah membeli produk 2. Merekomendasikan	<i>likert</i>

### 3. Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi pengaruh antara variabel independent dengan dependen, tetapi tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini menjadi

penyela/antara yang terletak antara independent dan dependen, sehingga variabel independent tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Variabel ini dinyatakan dengan Z.

Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah minat beli. Sebelum benar-benar melakukan proses pembelian, minat beli merupakan proses awal rasa ketertarikan seorang konsumen terhadap sebuah produk yang kemudian konsumen akan memutuskan untuk melakukan proses pembelian ataupun mencari alternatif produk lain yang lebih baik dan sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh konsumen.

Operasional variabel dari variabel ini dijabarkan dalam tabel berikut:

**Tabel 3. 4 Operasional Variabel Minat Beli**

<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Minat Beli (Z)	Minat Transaksional	Kecenderungan membeli produk	<i>Likert</i>
	Minat Referensial	Kecenderungan mereferensikan produk kepada orang lain	<i>Likert</i>
	Minat Preferensial	Menunjukkan pertimbangan dalam membeli produk	<i>Likert</i>
	Minat Eksploratif	Perilaku mencari informasi mengenai produk yang diminati	<i>Likert</i>

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau benda, yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian.<sup>75</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee di Tasikmalaya.

Pada penelitian ini objek yang digunakan sebagai populasi adalah pengguna Shopee baik laki-laki maupun perempuan yang berdomisili di Tasikmalaya, untuk mengetahui determinan pembelian impulsif pengguna Shopee dengan minat beli sebagai variabel intervening. Ukuran populasi pada penelitian ini tidak dapat dipastikan secara definitif jumlahnya karena tidak ada sumber data yang pasti.

#### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Kesimpulan yang dipelajari dari sampel akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu yang diambil dari populasi harus representatif (mewakili).<sup>76</sup>

Dalam penelitian ini karena populasi tidak diketahui secara pasti, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis *Probability Sampling* dengan metode *Simple*

---

<sup>75</sup> Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenamedia Grup, 2015) hlm 190

<sup>76</sup> Sugiyono, *Nonparament untuk Penelitian*, (Bandung: ALFABETA, 2015), hlm. 92

*Random Sampling* dimana teknik penentuan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.<sup>77</sup> Sehingga rumus yang digunakan dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya menggunakan rumus Cochran sebagai berikut:<sup>78</sup>

$$n = \left( \frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2 = \left( \frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04$$

Dengan begitu peneliti yakin dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa sampel *random* berukuran  $96,04 \approx 97$  akan memberikan selisih estimasi  $\bar{\chi}$  dengan  $\mu$  kurang dari 0,05. jadi, sampel yang diambil sebesar 97 orang dan dibulatkan menjadi 100 orang responden.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.<sup>79</sup> Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner (angket). Kuisisioner atau angket merupakan Teknik pengumpulan data dengan menyerahkan pertanyaan yang bersifat tertutup atau terbuka untuk diisi oleh responden.<sup>80</sup> Angket merupakan metode pengumpulan data yang paling populer. Angket sering digunakan untuk *polling* atau survei

---

<sup>77</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...* hlm. 134

<sup>78</sup> Ridwan dan Akdon, rumus dan data dalam analisis statistic cet-6. (Bandung: Alfabeta, 2015) hlm. 256

<sup>79</sup> Sugiyono, *metode penelitian kualitatif, kuantitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2015) hlm. 224

<sup>80</sup> Esty Aryani, *Asesmen Teknik Tes dan Non Tes*, (Malang: CV. IRDH, 2018) hlm. 57

yang melibatkan populasi yang sangat luas.<sup>81</sup> Dalam penelitian ini akan disebarakan angket untuk para pengguna shopee di Tasikmalaya.

### E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Instrumen yang digunakan dalam penelitian tergantung pada jumlah variabel. Untuk menghasilkan data yang akurat dalam penelitian maka diperlukan skala pengukuran. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau suatu kelompok orang mengenai fenomena sosial.

Untuk memudahkan penyusunan instrumen maka diperlukan kisi-kisi instrument.

**Tabel 3. 5 Kisi-kisi Instrumen**

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>No. Item</b>	<b>Jumlah</b>
<i>Customer Review (X1)</i>	Materi ulasan	1, 7, 13, 2, 8, 14	5
	Rating	3, 9, 4, 10	4
	Sumber	5, 11, 6	3
<i>Sales Promotion (X2)</i>	Kupon/ <i>voucher</i>	1, 6, 11, 2, 7	5
	Diskon	3, 8, 12	3
	Harga Paket/harga bundling	4, 9, 5, 10	4
Minat Beli (Z)	Minat Transaksional	1, 5	2
	Minat Referensial	2, 6	2
	Minat Preferensial	3, 7, 9	3

<sup>81</sup> Suwartono, *Dasar-dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2014) hlm. 52

	Minat Eksploratif	4, 8, 10	3
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Masalah	1, 5	2
	Pencarian Informasi	2, 12, 3	3
	Evaluasi Alternatif	6, 10	2
	Pembelian	7	1
	Pasca Pembelian	4, 11, 8	3

Jawaban dari setiap instrument dapat berupa kata-kata sebagai berikut :<sup>82</sup>

- |                                  |                                |
|----------------------------------|--------------------------------|
| 1) Sangat Setuju (SS) = 5        | 1) Sangat Baik (SB) = 5        |
| 2) Setuju (S) = 4                | 2) Baik (B) = 4                |
| 3) Ragu-ragu (RR) = 3            | 3) Cukup Baik (CB) = 3         |
| 4) Tidak Setuju (TS) = 2         | 4) Tidak Baik (TB) = 2         |
| 5) Sangat Tidak Setuju (STS) = 1 | 5) Sangat Tidak Baik (STB) = 1 |

Instrumen yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Jadi instrument yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.<sup>83</sup>

## F. Teknik analisis data dan Uji Hipotesis

### 1. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh

<sup>82</sup> Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Mitra Sahabat Cendikia, 2019), hal. 159

<sup>83</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*", ... hlm. 121-122

responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab setiap rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.<sup>84</sup> Langkah-langkah analisis data yang dilakukan dalam penelitian adalah menggunakan analisis *Structural Equation Modeling (SEM)*.

Metode pengolahan data dalam penelitian ini adalah dengan persamaan permodelan structural equation modeling (SEM). SEM merupakan metode statistic *multivariate* yang dapat digunakan untuk menyelesaikan model hubungan (causalitas) antara variabel secara menyeluruh (komprehensif), kompleks dan berbentuk system.<sup>85</sup> Dalam penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS yang disebut juga teknik *prediction-oriented*. Pendekatan SEM-PLS secara khusus berguna untuk memprediksi variabel dependen dengan melibatkan banyak variabel independent.<sup>86</sup> Software yang digunakan oleh penulis adalah SmartPLS 3.

Berikut adalah langkah-langkah teknik analisis data pada SEM PLS:

- a. Sample Size

---

<sup>84</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif*” (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 226

<sup>85</sup> Syahrir, Danial, Eni Yulinda, dan Muhammad Yusuf, *Aplikasi Metode SEM-PLS dalam pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan*, (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020), hlm. 48

<sup>86</sup> *Ibid*, hlm. 54

*Sample size* digunakan untuk mengukur jumlah sampel minimal dalam sebuah penelitian untuk di uji antar variabelnya. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden pengguna shopee di Tasikmalaya. Dari jumlah sampel tersebut sudah cukup dari batas jumlah minimal sampel yang telah ditentukan dalam Sample Size Recommendation for PLS-SEM. Berikut ini adalah  $R^2$  Power Tabel :

**Exhibit 1.7** Sample Size Recommendation a in PLS-SEM for a Statistical Power of 80%

Maximum Number of Arrows Pointing at a Construct	Significance Level											
	1%				5%				10%			
	Minimum $R^2$				Minimum $R^2$				Minimum $R^2$			
	0.10	0.25	0.50	0.75	0.10	0.25	0.50	0.75	0.10	0.25	0.50	0.75
2	158	75	47	38	110	52	33	26	88	41	26	21
3	176	84	53	42	124	59	38	30	100	48	30	25
4	191	91	58	46	137	65	42	33	111	53	34	27
5	205	98	62	50	147	70	45	36	120	58	37	30
6	217	103	66	53	157	75	48	39	128	62	40	32
7	228	109	69	56	166	80	51	41	136	66	42	35
8	238	114	73	59	174	84	54	44	143	69	45	37
9	247	119	76	62	181	88	57	46	150	73	47	39
10	256	123	79	64	189	91	59	48	156	76	49	41

Source: Cohen, J. A power primer. *Psychological Bulletin*, 112, 155-519.

#### b. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran atau *outer model* merupakan evaluasi pengujian hubungan antara variabel konstruk (indicator) dengan variabel laten-nya. Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan pendekatan uji validitas dan reliabilitas.<sup>87</sup>

##### 1) Uji Reliabilitas Indikator

Uji reliabilitas indicator bertujuan untuk menilai apakah indicator pengukuran variabel laten reliabel atau

<sup>87</sup> *Ibid*, hlm. 75

tidak, yakni dengan mengevaluasi atau melihat nilai *outer loading* tiap indicator. Nilai *outer loading* harus  $>0,7$  yang menunjukkan bahwa konstruk dapat menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya.

#### 2) Uji *Internal Consistency Reliability*

Uji ini bertujuan untuk mengukur seberapa mampu indicator dapat mengukur konstruk latennya. Indikator penilaian *Internal Consistency Reliability* adalah nilai *composite reliability* 0,6-0,7 dianggap memiliki reliabilitas yang baik, dan *Cronbach's alpha* yang diharapkan adalah  $>0,7$ .

#### 3) Uji Validitas Konvergen

Uji validitas ini ditentukan berdasarkan dari prinsip bahwa pengukuran-pengukuran dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Validitas konvergen sebuah konstruk dengan indicator reflektif dievaluasi dengan *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai AVE seharusnya sama dengan 0,5 atau lebih. Nilai AVE 0,5 atau lebih berarti konstruk dapat menjelaskan 50% atau lebih varians itemnya.

#### 4) Uji Validitas Diskriminan

Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah suatu indicator reflektif benar merupakan pengukuran yang

baik bagi konstruknya berdasarkan prinsip bahwa setiap indicator harus berkorelasi tinggi.

Dalam aplikasi SmartPLS atau sejenisnya, uji validitas diskriminan dilakukan dengan menggunakan nilai *cross loading*, Farnell-Larcker Criterion, dan HeterotraitMonotrait (HTMT)

- a) Nilai *Cross Loading* masing-masing konstruk dievaluasi untuk memastikan bahwa korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada konstruk lainnya. Nilai *cross loading* yang diharapkan adalah lebih besar dari 0,7
- b) Fornell-Larcker Criterion Fornell-Larcker Criterion merupakan metode lain untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan FornellLarcker Criterion, sebuah metode tradisional yang telah digunakan lebih dari 30 tahun, yang membandingkan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka model tersebut dikatakan memiliki nilai validitas diskriminan yang baik.

c. Evaluasi Model Structural (*Inner Model*)

Evaluasi model structural atau dikenal dengan inner model adalah mengevaluasi (mengecek) adanya kolinearitas antar konstruk dan kemampuan prediktif model. Guna mengukur kemampuan prediksi model, maka digunakan sebagai berikut :<sup>88</sup>

1) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan cara untuk menilai seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) diharapkan antara 0 dan 1. Nilai  $R^2=0,75$  (model kuat),  $R^2 = 0,50$  (model moderator),  $R^2 = 0,25$  (model lemah). Sedangkan menurut Chin (1998) memberikan kriteria nilai  $R^2 = 0,67$  (model kuat),  $R^2 = 0,33$  (model moderat), dan  $R^2 = 0,19$  (model lemah).

2) *Effect Size* ( $f^2$ )

*Effect Size* ( $f^2$ ) bertujuan untuk menilai apakah ada/tidak hubungan yang signifikan antar variabel. Menurut Wong (2013) bahwa seorang peneliti hendaknya juga menilai besarnya pengaruh antar variabel dengan *effect size* (*fsquare*). Nilai  $f^2=0,02$  (kecil),  $f^2 = 0,15$  (sedang), dan  $f^2 = 0,35$  (besar), serta

---

<sup>88</sup> *Ibid*, hlm. 76

nilai  $f^2,0,02$  dapat diabaikan atau dianggap tidak ada efek.

### 3) *Path Coefficients* atau koefisien jalur

*Path coefficient* atau koefisien jalur, bertujuan untuk melihat signifikan dan kekuatan hubungan, dan juga untuk menguji hipotesis. Nilai *path coefficients* berkisar antara -1 hingga +1. Semakin mendekati nilai +1, hubungan kedua konstruk semakin kuat.

## 2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan berdasarkan hasil pengujian inner model (model structural) yang meliputi output R square, koefisien parameter dan tstatistik. Untuk mengetahui apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau ditolak yaitu dengan memperhatikan nilai signifikan antar konstruk, tstatistik, dan p-values. Pengujian ini menggunakan software SmartPLS (Partial Least Square) 3.0. Nilai-nilai tersebut dapat dilihat melalui perhitungan bootstrapping. Rules of thumb yang digunakan pada penelitian ini adalah t statistik  $> 1,96$  dengan tingkat signifikansi p value 0,10 (10%).

## G. Waktu dan tempat penelitian

### 1. Tempat

Tempat yang dijadikan lokasi dalam penelitian ini adalah Kota Tasikmalaya Provinsi Jawa Barat.

