

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Peneliti menerapkan strategi asosiatif, dimana pendapat Sugiyono (2022) strategi asosiatif ialah sebuah strategi yang diterapkan dalam melihat keterkaitan dari beberapa variabel yang merupakan hubungan antar dua variabel ini bersifat sebab akibat.

Jenis penelitiannya menerapkan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2022) menjelaskan pendekatan kuantitatif ialah metode yang berlandaskan data konkrit dan diterapkan dalam melakukan penelitian sampel dan populasi. Data penelitiannya berbentuk angka yang dapat dihitung dengan analisis statistik untuk alat uji perhitungan yang bertujuan dalam melakukan pengujian hipotesisnya.

Alasan peneliti menerapkan strategi asosiatif melalui pendekatan kuantitatif ini sebab dapat membantu peneliti untuk menguji adanya pengaruh reputasi perusahaan, ( $X_1$ ), *online customer review* ( $X_2$ ), *online customer rating* ( $X_3$ ), dan tingkat kepercayaan konsumen ( $Y$ ).

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi**

Populasi ialah sebuah daerah generalisasi, dimana didalamnya ada objek ataupun subjek yang memiliki kriteria dan kualitas yang ditetapkan peneliti agar bisa dipelajari dan menarik kesimpulan yang sesuai (Sugiyono, 2022). Sesuai pengertian di atas, populasinya ialah konsumen yang pernah berbelanja *online* menggunakan aplikasi Allofresh di Jakarta, serta tidak diketahui jumlah populasinya.

##### **3.2.2 Sampel**

Sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dan ukuran sampel ialah sebuah upaya dalam melakukan penentuan besaran sampel yang dipilih untuk melakukan sebuah penelitiannya

Sugiyono (2022). Maka teknik pemilihan sampelnya ialah dengan *nonprobability sampling* melalui pendekatan *purposive sampling*.

Teknik *nonprobability sampling* menurut Sugiyono (2022) ialah teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan dan peluang serupa untuk masing-masing unsur dan anggota populasi yang dipilih untuk dijadikan sampelnya. Dan pendekatan *purposive sampling* menurut Sugiyono (2022) ialah teknik memilih sampel melalui suatu pertimbangan. Oleh karena itu, kriteria responden yang diberikan yaitu :

1. Responden memiliki aplikasi Allofresh
2. Responden berdomisili di Jakarta
3. Responden berusia 18 - 35 Tahun
4. Responden pernah memakai aplikasi Allofresh dalam belanja *online* minimal sekali

Penentuan banyaknya sampel yang diambil dalam penelitian ini ialah dengan rumus *Lemeshow*. Dimana digunakan untuk menentukan banyaknya populasi yang tidak terlihat ataupun tidak terhingga, sebagai berikut (Wahyudi et al., 2019):

$$n = \frac{Z^2 1 - \alpha/2 P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

$Z^2 1 - \alpha/2 = Z$  skor pada  $1-\alpha/2$  tingkat kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

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

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan penghitungan menggunakan rumus di atas, maka responden yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 96 responden (konsumen Allofresh).

### **3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

Pada temuan ini jenis data yang digunakan ialah data kuantitatif. Data kuantitatif ialah data ataupun informasi yang di peroleh berbentuk data kuantitatif dan angka yang bisa di analisis melalui sistem statistik. Menurut Sugiyono (2022) menyebutkan bahwa terdapat dua jenis sumber data, antara lain:

##### **1. Data Primer**

Sugiyono (2022), data primer ialah sumber yang langsung yang memberi datanya untuk peneliti, seperti dengan hasil wawancara dan kuesioner. Data ini asalnya dari responden dalam penyebaran kuesioner online untuk seseorang yang pernah belanja *online* menggunakan aplikasi Allofresh dan berdomisili di Jakarta.

##### **2. Data Sekunder**

Menurut Sugiyono (2022) data sekunder ialah sumber yang tidak langsung dimana memeri data untuk peneliti, data tersebut didapatkan dari sumber yang bisa memberikan dukungan penelitian seperti dari literatur dan dokumentasi. Peneliti mendapatkan data sekunder dari penelitian terdahulu, artikel, jurnal dan buku, situs internet, serta informasi lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

#### **3.3.2 Teknik Pengumpulan Data**

Data dalam penelitian diterapkan melalui penyebaran kuesioner. Pendapat Sugiyono (2022) menjelaskan bahwa kuesioner ialah teknik untuk mengumpulkan data yang diterapkan dengan menjawab serangkaian pertanyaan ataupun pernyataan tertulis. Kuesioner bisa berbentuk pernyataan ataupun

pertanyaan terbuka dan tertutup. Peneliti menerapkan kuesioner pertanyaan tertutup yang diberikan untuk pembeli yang pernah belanja *online* menggunakan aplikasi Allofresh dan domisili di Jakarta. Teknik yang digunakan oleh peneliti yakni melalui penyebaran kuesioner secara *online* melalui Whatsapp dan kepada pengikut akun instagram Allofresh

### 3.3.3 Instrumen Penelitian

Penilaian kuesioner atas tanggapan responden menggunakan skala *likert*. Pendapat Sugiyono (2022) skala ini bisa diterapkan sebagai pengukuran pendapat, sikap dan pandangan orang atau sekelompok orang mengenai peristiwa sosial. Dari skala ini, maka variabelnya akan diubah menjadi variabel indikator, setelah itu indikator-indikator dibentuk menjadi konsensus sebagai pembuatan item *instrument* yang berbentuk pertanyaan dan pernyataan. Berikut ini instrumen skala *likert* berupa pernyataan.

**Tabel 3.1** *Instrument Skala Likert*

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber : Sugiyono (2022)*

### 3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2022) operasional variabel ialah suatu variabel berbentuk apapun yang diidentifikasi oleh peneliti dalam memperoleh informasi serta menarik kesimpulan darinya. Peneliti menerapkan dua variabel penelitian, sebagai berikut:

#### 1. Variabel Bebas

Sugiyono (2022) memaparkan, variabel ini ialah sebuah variabel yang dijadikan sebab berubahnya dan adanya variabel terikat. Variabel bebas yang diterapkan yaitu reputasi perusahaan ( $X_1$ ), *online customer review* ( $X_2$ ), dan *online customer rating* ( $X_3$ ).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Sugiyono (2022) menjelaskan variabel terikat mendapat pengaruh dan dijadikan akibat sebab ada variabel bebas. Variabel terikatnya yang digunakan ialah tingkat kepercayaan konsumen (Y).

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item	
Reputasi Perusahaan (X1) Selnes dalam Otniel & Setyanto (2023)	Nama Baik	- Tidak melakukan penipuan	1	
		- Pengalaman setelah berbelanja	2	
		- Waktu pengiriman cepat	3	
	Reputasi Pesaing	-	Harga terjangkau	4
			Produk lengkap dan berkualitas	5
			Promo menarik dan <i>voucher</i> diskon	6
			Layanan <i>self pickup</i>	7
			Opsi pengiriman cepat	8
			Jangkauan luas	9
	Dikenal Luas	- Sumber informasi	10	
	Kemudahan Diingat	- Mudah diucapkan	11	
		- <i>Tagline</i> mudah diingat	12	
<i>Online Customer Review</i> (X2) Sari (2022)	<i>Perceived Usefulness</i> (Manfaat Yang Dirasakan)	- Mudah mencari informasi produk	13	
		- Mengurangi resiko penipuan	14	
	<i>Source Credibility</i> (Kredibilitas Sumber)	- <i>Review</i> produk dan pelayanan dapat dipercaya	15	
	<i>Argument Quality</i> (Kualitas Argumen)	- Argumen secara tertulis di <i>Playstore</i>	16	
<i>Valance</i> (Valensi)	- Informasi benar	17		

		- Mencari alternatif platform belanja <i>online</i> lain	18
	<i>Volume Of Review</i> (Jumlah Ulasan)	- Banyak <i>review</i> positif	19
<i>Online Customer Rating (X3)</i> Auliya (2017) dalam Sari (2022)	Jumlah <i>Rating</i>	- <i>Rating</i> 4 sampai 5 - Menarik perhatian konsumen	20 21
	Penilaian Kualitas Produk	- Kualitas produk dan pelayanan konsumen	22
Tingkat Kepercayaan Konsumen (Y) Wijyanthi & Goca (2022)	Integritas	- Reputasi baik	23
		- Kualitas produk sesuai harapan konsumen	24
	Kejujuran	- Keamanan transaksi	25
		- Tanggunjawab	26
		- Waktu pengiriman sesuai yang dijanjikan	27
	Kepedulian	- Pelayanan terbaik	28
- Permintaan konsumen sesuai harapan - Kepuasan konsumen		29 30	
Kesungguhan	- Tidak merugikan konsumen	31	
Kemampuan	- Barang berkualitas	32	
	- Pengiriman tepat waktu	33	
	- Mengamankan transaksi	34	
	- Eksistensi pihak <i>supplier</i> , distributor, jasa pengiriman, dan sebagainya.	35	

### 3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

#### 3.5.1 Metode Pengolahan Data

Metode pengolahan data pada penelitian ini dengan metode PLS (*Partial Least Square*) melalui *software SmartPLS 4*. Pendapat Hair et al., (2014) *Partial Least Square* ialah salah satu metode alternatif dalam bentuk persamaan struktural guna melakukan pengujian bersama hubungan dari konstruk laten dan banyaknya indikator. Selain itu, *Partial Least Square* dikatakan menjadi *soft modeling* sebab tidak ada sumsi, semacam asumsi data tidak perlu memiliki distribusi normal multivariat, tidak memberikan asumsi data perlu melalui ukuran suatu skala, serta banyaknya sampel tidak perlu besar (Dewi et al., 2019). Oleh karena itu ini sesuai jika diterapkan sebab memiliki keterbatasan data yang diamati, seperti banyaknya sampel hanya kecil atau sedikit yaitu  $< 100$ . Tujuan *Partial Least Square* ialah membantu peneliti sebagai prediksi pengaruh variabel X terhadap Y serta memberikan penjelasan keterkaitan teoritikal diantara kedua variabelnya. Adapun beberapa tahapan yang harus dilakukan dalam menerapkan *Partial Least Square* yaitu uji model struktural, uji model pengukuran, dan uji hipotesis.

#### 3.5.2 Analisis Statistik Data

##### 3.5.2.1 Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

Menurut Ghozali, I., & Latan (2015) *outer model* digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas model konstruk. *Outer model* dengan indikator refleksif dievaluasi melalui validitas konvergen (*convergent validity*), validitas diskriminan (*discriminant validity*), dan reliabilitas komposit (*composite reliability*) serta *Cronbach alpha* untuk blok indikatornya.

##### a. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

*Convergent validity* digunakan untuk mengukur validitas suatu indikator. Uji validitas dapat dilihat dari *outer loading* masing-masing variabel indikator (Ghozali, I., & Latan, 2015). Menurut Hussein (2015) syarat *convergent validity* ialah dengan nilai *outer loading* yang diharapkan  $> 0.7$ .

##### b. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Menurut Fornell & Lacker (1981) validitas diskriminan (*discriminant validity*) digunakan untuk melihat serta membedakan antara validitas

diskriminan (*discriminant validity*) dengan *square root of average variance extracted* (AVE). Dikatakan memiliki nilai validitas diskriminasi (*discriminant validity*) yang layak itu apabila nilai akar kuadrat AVE pada setiap konstruk lebih besar dari nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model tersebut. Nilai akar AVE yang diharapkan ialah  $> 0.5$ .

**c. Composite Reliability**

*Composite Reliability* digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi *composite reliability* apabila memiliki nilai *composite reliability*  $> 0.7$ . Uji realibilitas dengan *composite reability* di atas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *cronbach alpha*. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel atau memenuhi *cronbach alpha* apabila memiliki nilai *cronbach alpha*  $> 0.6$  (Ghozali, 2015).

**3.5.2.2 Uji Model Struktural (Inner Model)**

Pengujian pada model struktural (*inner model*) dilakukan untuk mengenali serta melihat hubungan antar variabel eksogen serta indogen dalam suatu penelitian. Hubungan itu hendak menanggapi tujuan penelitian ialah pengujian pada hipotesis yang disusun dalam suatu penelitian. Adapun beberapa tahapan uji model struktural (*inner model*) yang harus dilakukan yaitu:

**a. Uji Model Fit**

Uji *model fit* ini digunakan untuk mengetahui apakah suatu model memiliki kecocokan dengan data. Pada uji kecocokan model dapat dilihat dari nilai SMRM model. Model PLS dinyatakan telah memenuhi kriteria uji *model fit* jika nilai SMRM  $< 0.10$  dan model dinyatakan *perfect fit* jika nilai SRMR  $< 0.08$ .

**b. R-Square**

Menurut Chin (1998) nilai *R-Square* ialah uji *goodness-fit* model. Pergantian nilai *R-Square* dilakukan untuk memaparkan pengaruh variabel laten eksogen terpilih pada variabel endogen, yakni apakah memiliki pengaruh *substantive*. Namun nilai *R-Square* untuk variabel laten dalam model struktural (*inner model*) menunjukkan bahwa 0.67 artinya kuat, 0.33 artinya moderat, dan 0.19 artinya lemah.

### **3.5.3 Pengujian Hipotesis**

Pendapat Hussein (2015) uji hipotesis bisa terlihat sesuai nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Pada uji hipotesis yakni menerapkan nilai statistik maka dalam alpha 5% nilainya ada 1.96. Maka kriteria penolakan dan penerimaan ialah  $H_a$  diterima dan  $H_0$  di tolak saat t-statistik  $> 1.96$ . dalam menerima dan menolak hipotesis dengan probabilitas maka  $H_a$  di terima apabila  $p < 0.05$ .