

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017) menyatakan metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian tersebut didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Data yang didapat dalam penelitian adalah data empiris (empiris berarti cara yang digunakan atau dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara yang digunakan) yang mempunyai kriteria tertentu yang valid. Metode penelitian merupakan salah satu kunci penting untuk memperoleh gambaran dan hasil yang sesungguhnya di lapangan, oleh karena itu metode yang digunakan harus tepat dengan jenis penelitian yang ingin diteliti.

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif. Strategi ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang pengaruh masing-masing variabel. Dalam penelitian ini, dikaji sejauh mana pengaruh *eWOM* (X_1), persepsi nilai (X_2) yang merupakan variabel bebas, minat beli ulang (Y) merupakan variabel terikat dan kepuasan konsumen (Z) sebagai variabel intervening. Menurut (Sugiyono, 2017) variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat menjadi hubungan tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan. Metode ini dinamakan metode baru karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode *postpositivistik* karena berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*. Penelitian kuantitatif yang dinyatakan oleh (Nana Syaodih, 2010) menekankan fenomena-fenomena objektif dan dikaji

secara kuantitatif, strategi penelitian dengan rancangan kuantitatif selalu melibatkan pandangan *post-positivisme*. Strategi ini meliputi kuasi eksperimen dan penelitian korelasi juga penelitian yang hanya melibatkan satu subjek dalam penelitiannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mencari hubungan antar variabel seperti pada penelitian survei atau untuk membandingkan sampel-sampel yang berkaitan dengan hasil penelitian (Muqarrobin, 2014).

3.2. Populasi Dan Sampel

3.2.1. Populasi penelitian

Populasi adalah sebagian suatu kumpulan subjek, variabel, konsep, atau fenomena yang dapat disimpulkan, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya sekadar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi juga meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek itu. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah melakukan transaksi di Shopee yang berada di wilayah Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur.

3.2.2. Sampel penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang mewakilkan keseluruhan anggota populasi yang bersifat representatif. Bila populasi besar, tidak mungkin peneliti mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan waktu, tenaga dan dana. Suatu sampel yang tidak representatif terhadap setiap anggota populasi, berapapun ukuran sampel tersebut tidak dapat digeneralisasi untuk menjelaskan sifat populasi dimana sampel diambil. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel menggunakan *Purposive Sampling* dimana pengambilan sampel berdasarkan kebutuhan sampel yang diinginkan peneliti sesuai dengan kriteria (Sugiyono, 2017). Dikarenakan dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya sampel menggunakan rumus dari Rao Purba dalam (Sulistiyari, 2012) sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4(\text{Moe})^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

Z = Skor pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka $Z = 1,96$

Moe = *Margin of error*, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2} n = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 97$$

Dari hasil perhitungan di atas, diperoleh jumlah sampel yang akan diambil dan diteliti adalah sebesar 97 responden yang melakukan pembelian di Shopee.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Data

Berdasarkan sumbernya, data pada penelitian ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Data primer

Menurut (Sugiyono, 2017) sumber data primer adalah data yang langsung dikumpulkan langsung kepada pengumpul data atau peneliti itu sendiri. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan secara *online*.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak lain secara tidak langsung memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan. Sumber data ini adalah catatan atau dokumenatasi perusahaan, publikasi pemerintah, situs Web dan internet (Sugiyono, 2017).

3.3.2. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner (angket), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada reponden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau melalui internet. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert*, yang merupakan skala untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian sosial tertentu (Sugiyono, 2017). Variabel yang diukur dalam penelitian ini, dijabarkan ke dalam beberapa indikator yang akan menjadi titik tolak dalam menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan dalam sebuah kuesioner yang akan disebar. Jawaban setiap item instrumen mempunyai bobot nilai seperti pada tabel berikut ini.

Tabel 3. 1 *Skala Likert*

No.	Pernyataan	Bobot Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Setuju (S)	3
4	Sangat Setuju (SS)	4

Sumber: (Sugiyono, 2017)

3.4. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel ini diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat.

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Sub-indikator	No Item
e-WOM	Intensitas	Intensitas mengakses internet	1
		Intensitas dalam mencari informasi produk	2
	Pendapat positif	Memberikan sugesti yang positif kepada orang lain melalui review yang ditulis	3
		Review kelayakan produk	4
	Pendapat negatif	Review ketidakpuasan terhadap produk	5
		Testimoni ketidakpuasan terhadap produk	6
	Konten	Informasi detail produk	7
Persepsi nilai	<i>Emotional value</i>	Kenyamanan konsumen saat berbelanja	8
		Memberikan produk yang sesuai dengan yang diharapkan konsumen	9
	<i>Social value</i>	Menerima standard layanan yang sesuai	10
	<i>Performance value</i>	Kualitas pelayanan sesuai dengan yang diharapkan konsumen	11
	<i>Value of money</i>	Produk, layanan yang diberikan setara dengan harga yang dibayarkan	12
Kepuasan konsumen	Mutu pelayanan	Puas terhadap pelayanan yang diberikan	13
	Harga	Puas dengan harga produk-produk di Shopee	14
	Waktu penyerahan	Pesanan datang dengan tepat waktu	15
	Keamanan	Puas dengan produk yang datang dengan aman	16
Minat beli ulang	Minat transaksional	Adanya keinginan untuk membeli ulang	17
	Minat referensial	Niat konsumen untuk merekomendasikan kepada orang lain	18
	Minat prefensial	Menetapkan produk pilihan pertama dibanding dengan produk lainnya	19
	Minat eksploratif	Selalu mencari informasi terlebih dahulu sebelum membelinya	20

Sumber: (Goyette, et al., 2010), (Tjiptono, 2016), (Lupiyoadi, 2013), dan (Ferdinand, 2002).

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Metode pengolahan data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *SmartPLS* (*Parsial Least Square*). Imam Ghozali (Ghozali, 2015) menyatakan PLS dapat menjelaskan hubungan antar variabel dan dapat melakukan analisis dalam satu pengujian. Tujuan PLS adalah untuk membantu peneliti mengkonfirmasi teori dan menjelaskan apakah ada hubungan antara variabel laten. Evaluasi pada program *SmartPLS* dilakukan dengan dua tahap yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*).

3.5.2. Analisis statistik data

Menurut (Ghozali, 2015) model pengukuran (*outer model*) menunjukkan bagaimana variabel manifest mempresentasikan variabel laten untuk diukur, sedangkan model struktural (*inner model*) menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten dan konstruk.

1. Analisa *outer model*

Menurut (Husein, 2015) analisis ini untuk memastikan bahwa pengukuran yang digunakan sesuai untuk pengukuran (valid dan reliabel). Analisa *outer model* dapat dilihat dari beberapa indikator:

- a. *Convergent Validity* adalah nilai *loading* faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan $> 0,7$, namun pada riset tahap pengembangan skala, nilai *loading* faktor $0,5 - 0,6$ masih dapat diterima.
- b. *Discriminant Validity* dapat dilihat dengan metode AVE (Average Variance Extracted) untuk masing-masing indikator dipersyaratkan nilainya harus $> 0,5$ untuk model yang baik.
- c. *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha* untuk menguji reliabilitas dimana *composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk, data dapat dinyatakan memenuhi *composite reliability* apabila memiliki nilai *composite reliability* $> 0,7$. Sedangkan *cronbach alpha* uji reliabilitas yang memperkuat hasil dari *composite reliability* dimana nilai minimalnya adalah $0,6$.

2. Analisa *inner model*

Analisis inner model dikenal juga sebagai analisis struktural model, yang bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten (Ghozali, 2015).

Evaluasi inner model dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi:

- a. Koefisien Determinasi (R^2) bermakna sebagai sumbangan atau kontribusi yang diberikan variabel bebas (X) pada variabel terikat (Y) atau dengan kata lain nilai R^2 ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi yang diberikan variabel X secara simultan (bersama-sama) atas variabel Y.
- b. *Effect size (F square)* untuk mengetahui kebaikan model. Menurut Chin (1998) dalam (Ghozali, 2015) interpretasi nilai *f square* yaitu 0,02 memiliki pengaruh lemah, 0,15 memiliki pengaruh cukup dan 0,35 memiliki pengaruh kuat pada level struktural.

3.5.3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel endogen dan variabel eksogen. Nilai *p-value* yaitu dengan alpha 5% atau 0,05. Nilai *t-table* untuk alpha 5% yang digunakan adalah 1,96. Dalam *rule of thumb* (Ghozali, 2015) kriteria penerimaan hipotesis adalah ketika t-statistik > t-tabel.